

Balanço Social 2007



Relatório de Realizações 2007

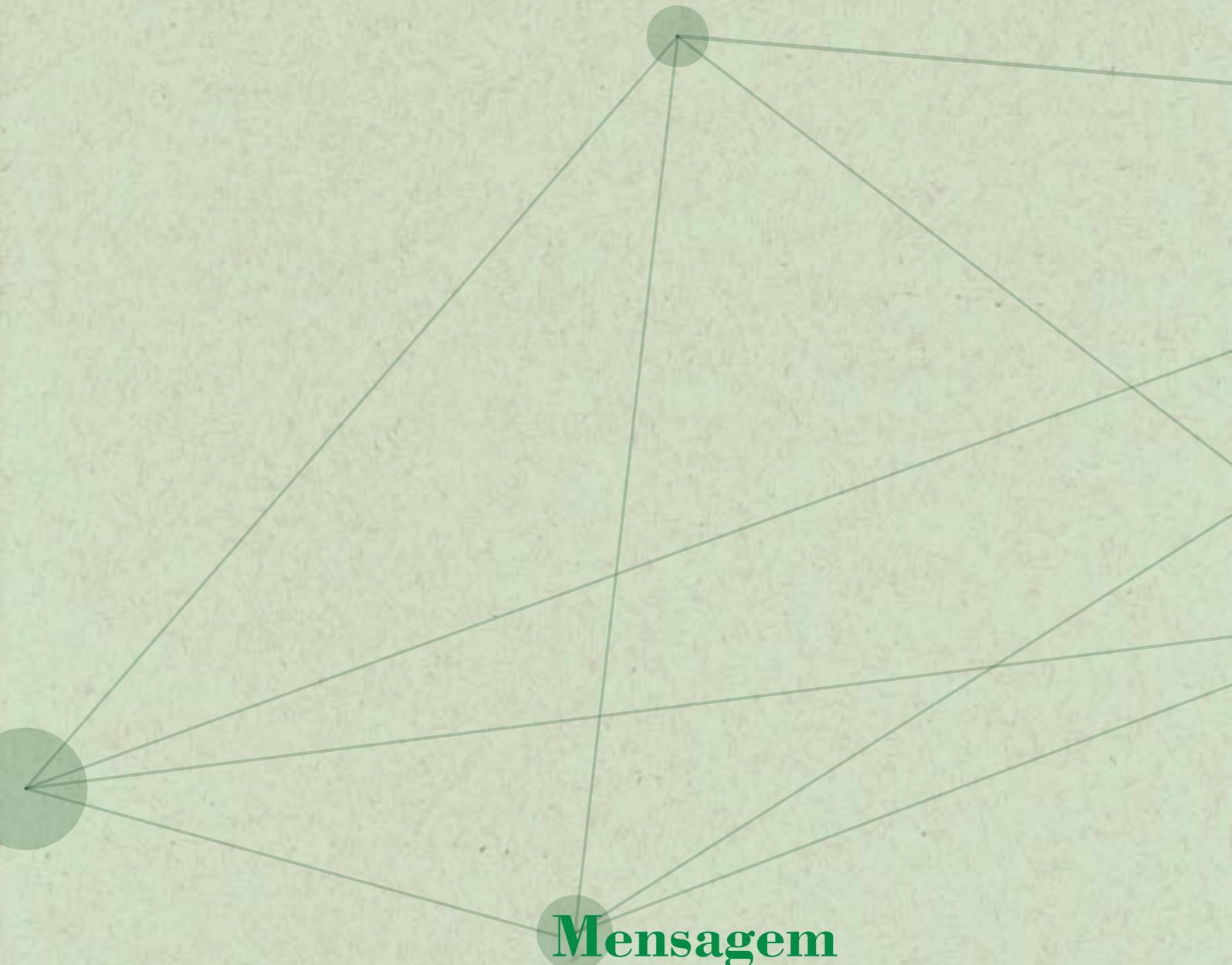




A figura que aparece ao lado e ao longo do Balanço Social 2007 da MAPFRE representa uma estrutura interligando pontos, numa verdadeira rede – ligando a MAPFRE à sociedade, conectando pessoas, vinculando ações e conseqüências, criando novas redes de relacionamento. Esta rede é flexível, mudando de forma ao longo das páginas, simbolizando a versatilidade e a importância de cada parte.

Índice

Mensagem do Presidente.....	2
Avaliação Externa do Balanço Social 2007.....	4
Pactos e Reconhecimentos	8
Introdução	10
Grupo MAPFRE.....	12
Relatório de Desempenho Social	22
Diálogo com as Partes Interessadas.....	23
Colaboradores.....	24
Segurados.....	29
Corretores e Parceiros de Negócios	31
Comunidade.....	33
Governo e Sociedade.....	34
Meio Ambiente	38
Relatório de Desempenho Econômico	40
Fundação MAPFRE.....	44
Relatório de Realizações	46
Prevenção de Acidentes	46
Formação e Difusão da Cultura de Seguros	49
Arte e Cultura	51
Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente	53
Ação Social	54
Principais parceiros da Fundação MAPFRE /	
Grupo MAPFRE.....	56
Informações Quantitativas	58
Informações Qualitativas	64
Demonstrativo Ibase	72
Sumário remissivo GRI.....	76
Perspectivas 2008.....	80
Informações Corporativas	82
Créditos	84
Glossário.....	86



**Mensagem
do Presidente**



“Sem pressa, más sem pausa, rumo à sustentabilidade”

Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável fazem parte da história do Grupo MAPFRE desde os anos 30, quando a empresa iniciou sua trajetória como uma cooperativa de agricultores na Espanha. Desde então, consolidaram-se princípios institucionais que fundamentam a atuação da empresa a partir da década de 70 e que, em especial, valorizam o relacionamento que desenvolve com os seus públicos e com as comunidades em que está inserida.

Essa tradição proporciona solidez à MAPFRE para assumir uma posição de liderança em responsabilidade social, num tempo em que estes temas recebem cada vez mais atenção no ambiente empresarial. De fato, conforme pesquisa recente¹, 95% dos executivos das maiores companhias do mundo acreditam que hoje a sociedade espera das empresas uma postura de maior responsabilidade pública do que anos atrás.

Na MAPFRE, as ações de responsabilidade empresarial evidenciam-se dentro de casa, com a busca constante por melhorias socioambientais nos processos internos e na nossa cadeia de valor. Podem-se citar como exemplos deste compromisso os mecanismos de ecoeficiência implementados a partir de 2007, batizados em conjunto

como ECO MAPFRE, e que garantiram o melhor uso de recursos naturais no dia-a-dia da empresa.

Além disso, neste ano houve significativa aproximação do Grupo MAPFRE com os públicos interessados, resultante de um processo formal de consulta pública, tal como o realizado com os corretores sobre a atuação e expectativa em ações de responsabilidade social da MAPFRE e sobre a atuação da própria Fundação.

De modo análogo, o Grupo MAPFRE e a Fundação MAPFRE realizam investimentos também nas comunidades em que atuam e na sociedade como um todo, a fim de fomentar o desenvolvimento sustentável. Neste sentido, realizam programas voltados para a educação viária, como o Programa Na Pista Certa e o Programa Educação Viária é Vital, que anualmente ampliam suas atuações, tendo mobilizado mais de 3 milhões de alunos nos últimos quatro anos.

Resultados igualmente positivos ocorrem nas demais iniciativas da Fundação MAPFRE, como consequência do trabalho pautado pela ética e transparência, focado em resultados de longo prazo e, sobretudo, com acompanhamento e avaliação de resultados.

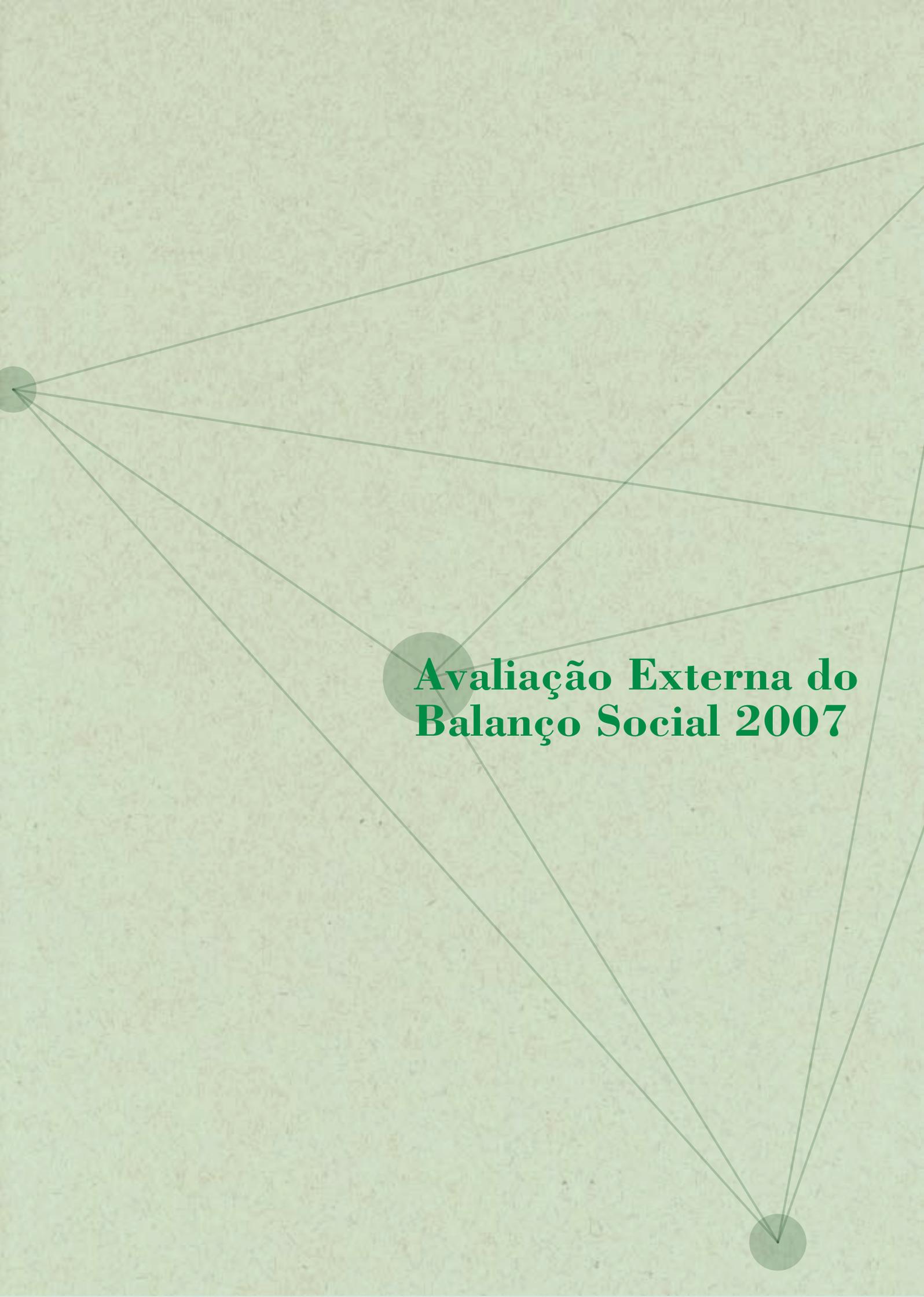
O reflexo de todo esse trabalho se evidencia nos recentes reconhecimentos obtidos pela MAPFRE, por parte do Guia de Sustentabilidade da revista Exame e do Prêmio ABRASCA concedido ao Relatório Anual de 2006, que destacaram a atuação da MAPFRE como exemplo de transparência e de melhores práticas de Responsabilidade Social Empresarial no Brasil.

É importante reconhecer, no entanto, que ainda há um longo caminho a ser trilhado rumo ao desenvolvimento sustentável e a um país mais justo e seguro para as próximas gerações. Mas os passos estão sendo dados, como ficará evidente na leitura deste Balanço Social. De modo que a MAPFRE Brasil, em sintonia com as ações do Grupo internacionalmente, aprofundará sua busca por melhorias socioambientais no âmbito da empresa, de sua cadeia de valor e da sociedade, a partir do desenvolvimento de mecanismos, produtos e serviços socioambientalmente responsáveis.

Antonio Cássio dos Santos

Presidente do Grupo MAPFRE no Brasil

¹ Realizada pela consultoria McKinsey e publicada no artigo “Just good business” pela revista The Economist em 17 de janeiro de 2008.

The background is a light green, textured surface. A network of thin, dark green lines connects three circular nodes. One node is on the left edge, another is at the bottom right, and a third is in the center, partially overlapping the text. The text is in a bold, dark green serif font.

**Avaliação Externa do
Balanco Social 2007**

A MAPFRE entende o Balanço Social como uma ferramenta de aprimoramento de suas práticas de gestão, além de ser um instrumento de comunicação em duas vias com a sociedade.

Neste sentido, por recomendação do GRI – Global Reporting Initiative, o Balanço Social MAPFRE 2007 foi submetido a uma verificação externa por uma organização de credibilidade e independência em relação à MAPFRE, a ArcelorMittal.

A ArcelorMittal, eleita, juntamente com a MAPFRE, como uma das 20 empresas com as melhores práticas de Responsabilidade Social Empresarial no Brasil pelo Guia Exame de Sustentabilidade 2007, tem 27 unidades industriais, que atuam na produção e beneficiamento de aço no Brasil, Argentina e Costa Rica. A empresa reaproveita 98% dos resíduos industriais e desenvolve projetos de redução de gases causadores do efeito estufa.

Segue, abaixo, avaliação da qualidade do Balanço Social MAPFRE e das informações nele contidas, redigida por Sidemberg Silva Rodrigues, Gerente de Comunicação de Aços Planos da ArcelorMittal Brasil - Grupo ArcelorMittal:

Não fosse o prazer de comentar o Balanço Social MAPFRE 2007, poderíamos dizer que qualquer forma de declaração sobre sua qualidade técnica tornar-se-ia dispensável. Isso se deve não apenas ao reconhecimento público das competências dessa empresa cidadã, mas também às muitas premiações e citações na mídia com que a organização foi agraciada no ano desse exercício, além do compromisso de estar alinhada a reconhecidos padrões de apresentação e entidades, como o GRI, o Ibase, a ONU, o Instituto Ethos e a todas as formas de pactos selados em prol de sua excelência social.

O presente Relatório se nos descortina como um transparente instrumento de Comunicação da organização com suas partes interessadas, sem perder a sedução de um meio eficaz para se educar (e contagiar!) para a Sustentabilidade. Para tanto, lança mão de uma edição que incorre em certa fidelidade ao padrão editorial comum a documentos congêneres, embora palatável, leve, atrativa e que procura focar com eficiência a essência inspiradora de suas ações.

A reincidência de uma mesma citação em diferentes blocos do documento não chega a soar como uma repetição, podendo ser entendida como uma forma de se enfatizar o orgulho por aquela conquista. A inexistência da referência capitular de um histórico com proposições de melhorias quanto à edição anterior (2006) não compromete a constatação de uma evolução na apresentação deste Relatório dada à completeza de que reveste. Não se percebe maior ou menor ênfase aos desdobramentos das esferas econômica ou social. Nem a apologia de nenhuma das duas, estando ambas integradas na forma de um amálgama textual equilibrado, com fartas ilustrações e

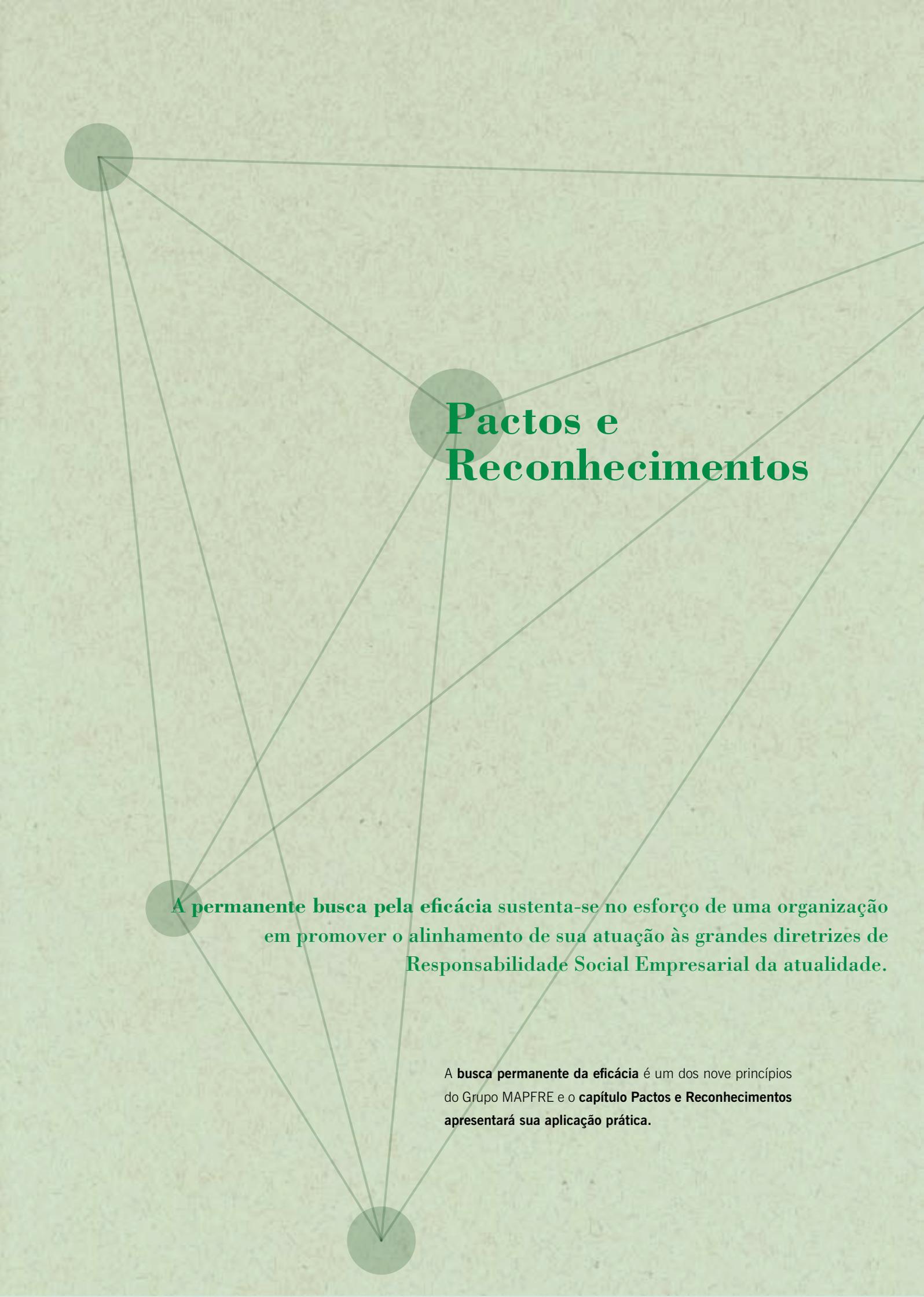
exemplificações que subsidiam os dados mencionados, assegurando sua credibilidade de forma didática, sem excessos nos detalhamentos ou exageros na seleção de conteúdos.

A freqüente menção de valores, gráficos e números, a preocupação com as medidas de impacto e a fidelidade aos princípios e indicadores dos padrões escolhidos para seu disclosure atestam mais que Responsabilidade, mas Comprometimento Social.

Em um tempo onde percebemos excelentes intenções perdendo-se entre a subjetividade, a ineficácia de ações pela ausência de métricas e a sedução do retorno rápido e ilusório do assistencialismo, temos nos dados e fatos deste documento o atestado de uma preocupação real com o desenvolvimento integrado e sustentável. Tudo sob os auspícios de um acompanhamento metodológico e sistemático sério, que prioriza a sócio-transformação, mantendo como espinha dorsal o alinhamento entre os interesses do negócio com todos os seus públicos, buscando a empresa expandir-se organicamente integrada ao tecido social em que está inserida.

A coerência desta empresa atesta-se ao se observar a mesma qualidade das práticas tanto dentro quanto fora de seus muros corporativos, o que a enaltece por começar sua atuação social dentro de casa. A extensa rede de parcerias traduz-se em afluente para a agilidade no alcance de soluções, promovendo a expansão demográfica e geográfica do raio de sua ação social, que se nutre de métodos consagrados, encurtando distâncias.

Não há dúvidas de que ao lermos os demonstrativos do desempenho econômico da MAPFRE nos vem à cabeça, imediatamente, que através da integração das várias perspectivas da gestão lhe foi possível gerar mais que lucro financeiro: mas lucro humano. É notório o foco na Educação, como dínamo promotor de cidadania e dignidade, inclusive em outras esferas da abordagem social, como a Saúde, a Cultura, a Arte etc. Uma sólida e admirável personalidade empresarial, que não teme a transparência e adentra a autenticidade, é edificada quando o leitor conclui o último item das informações qualitativas, fiéis aos princípios prescritos pelo padrão GRI. A Sustentabilidade se mostra o ar que oxigena todos os níveis organizacionais da empresa, sendo observada do comprometimento das palavras iniciais de seu Presidente aos créditos finais concedidos a cada empregado que colaborou com o registro textual dos ideais e práticas sustentáveis da MAPFRE, na qual a excelência que lhe assegurará a perenidade comprova-se parte do DNA organizacional.



Pactos e Reconhecimentos

A permanente busca pela eficácia sustenta-se no esforço de uma organização em promover o alinhamento de sua atuação às grandes diretrizes de Responsabilidade Social Empresarial da atualidade.

A **busca permanente da eficácia** é um dos nove princípios do Grupo MAPFRE e o **capítulo Pactos e Reconhecimentos** apresentará sua aplicação prática.

O Grupo MAPFRE investe esforços e recursos na contínua reavaliação de suas atividades, com o intuito de aprimorar seus processos e fortalecer seu compromisso com o desenvolvimento sustentável. Como resultado, o Grupo se orgulha de apresentar os reconhecimentos obtidos e pactos concretizados, em 2007, junto a instituições que são referência na promoção da sustentabilidade:

Objetivos de Desenvolvimento do Milênio

Os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, desenvolvidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), estão relacionados à melhoria de indicadores de desenvolvimento humano e de sustentabilidade ambiental. Ao aderir a esta iniciativa, a empresa reafirma seu compromisso na promoção de oito objetivos em seu país.

Conheça os 8 Objetivos do Milênio abaixo:



Compromisso da MAPFRE

A MAPFRE compromete-se com os 8 Objetivos do Milênio, promovendo-os junto a seus colaboradores e fornecedores.

Além disso, a empresa procura fortalecer o diálogo e as parcerias com os três setores da sociedade – público, privado e terceiro setor –, por exemplo, por meio dos seminários de Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente.

Guia Exame de Sustentabilidade

A premiação do *Guia Exame* contempla as empresas brasileiras que realizam esforços constantes para tornarem-se sustentáveis.

Reconhecimento da MAPFRE

Em 2007, a MAPFRE foi eleita pelo Guia Exame como uma das 20 empresas com as melhores práticas de Responsabilidade Social Empresarial no Brasil, o que vem consolidar o posicionamento da Fundação MAPFRE no País. O reconhecimento ressalta também a importância dos investimentos que vêm sendo realizados, especialmente aqueles direcionados à prevenção de acidentes.



Prêmio ABRASCA



9º PRÊMIO ABRASCA RELATÓRIO ANUAL

O prêmio foi instituído pela Associação Brasileira das Companhias Abertas (ABRASCA), em 1999, com o objetivo de incentivar a elaboração de relatórios com clareza, transparência, qualidade e quantidade de informações, além do caráter inovador.

Reconhecimento da MAPFRE

O Relatório Anual de 2006 do Grupo MAPFRE foi reconhecido na premiação de 2007 da ABRASCA pela transparência das informações contidas, com destaque para a nota máxima conferida ao Balanço Social MAPFRE 2006.

Empresa Amiga da Criança



A “Empresa Amiga da Criança” é aquela que assume dez compromissos que garantem a proteção dos direitos da criança e do adolescente. Para tanto, deve envolver seus colaboradores, fornecedores e toda a comunidade.

Compromisso da MAPFRE

Desde 2005, algumas empresas do Grupo MAPFRE já haviam aderido ao selo Empresa Amiga da Criança e apoiavam formalmente a atuação da Fundação Abrinq. O Grupo como um todo recebeu este reconhecimento em 2007, o que vem corroborar o seu compromisso com o Estatuto da Criança e do Adolescente e com toda a legislação de proteção à criança.

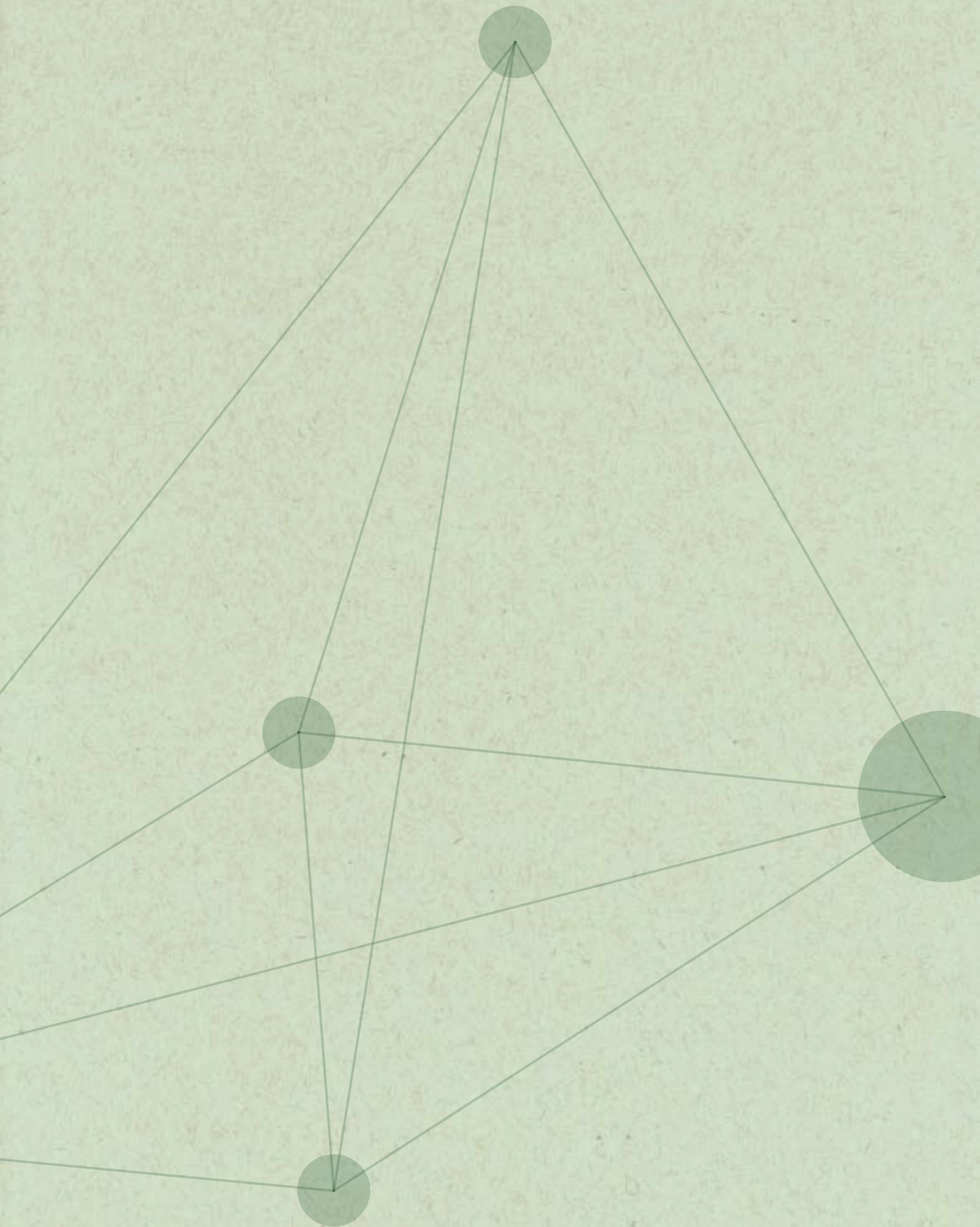
Top Social ADVB



Criado pela Associação dos Dirigentes de Marketing e Vendas do Brasil (ADVB), o Top Social é um prêmio que reconhece publicamente as organizações que tenham demonstrado visão quanto à importância do desenvolvimento social como um fator relevante de crescimento.

Reconhecimento da MAPFRE

Este ano o Programa Educação Viária é Vital foi agraciado com o Prêmio Top Social, garantindo à Fundação MAPFRE a quinta vitória consecutiva na premiação.





Introdução

A **atuação ética corporativa** traduz-se na capacidade de uma empresa fazer transparecer seus erros e acertos e, a partir disto, promover melhorias contínuas.

O **capítulo Introdução** busca demonstrar como a MAPFRE transmite a este relatório um de seus cinco valores, **a atuação ética**.

Com o *Balço Social MAPFRE 2007*, o Grupo MAPFRE no Brasil vem tornar público o seu esforço em mensurar e divulgar à sociedade seu desempenho organizacional durante o ano, com prioridade para a análise dos impactos econômicos, ambientais e sociais das operações da companhia.

Os resultados dos levantamentos e análises descritos neste relatório refletem o trabalho realizado por diversas áreas e empresas do Grupo e destinam-se às principais partes interessadas: colaboradores, comunidade, corretores, parceiros de negócio, segurados, governo e sociedade em geral.

Essa preocupação em comunicar com transparência as atividades e resultados da empresa às partes interessadas está presente não apenas nos objetivos deste Balço, mas também nas ações narradas nele, como se poderá constatar no decorrer de sua leitura.

Uma dessas ações consistiu na implantação, a partir deste ano, de uma política de consultas públicas para avaliar as ações desenvolvidas pela empresa. A aplicação dessas consultas já possibilitou à MAPFRE, por exemplo, conhecer quais as principais iniciativas de responsabilidade social empresarial em que seus diversos públicos desejariam que a empresa investisse.

Do ponto de vista da metodologia, este Balço Social baseou-se em padrões estabelecidos pelo Global Reporting Initiative (GRI)¹, como já havia sido realizado no Brasil desde 2006 e, a partir deste ano, também nos demais países em que o Grupo MAPFRE atua. A edição brasileira se alinha igualmente às diretrizes do Instituto Ethos² e do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase)³.

O objetivo deste Balço é puramente explicitar como o Grupo aplica na prática seus princípios e valores corporativos nas soluções de responsabilidade empresarial e no investimento social privado. Assim, ao início de cada capítulo se encontrará a apresentação de um princípio ou valor e, no interior do capítulo, constarão as iniciativas que concretizam sua aplicação.

São os princípios da MAPFRE: **Globalidade da Oferta; Vocação Multinacional; Especialização; Descentralização; Atuação Coordenada; Máximo Aproveitamento de Sinergias; Vocação de Liderança; Alta Qualidade no Serviço aos Clientes e Busca Permanente da Eficácia.**

São os valores da MAPFRE: **Independência; Responsabilidade Social; Atuação Ética; Humanismo e Crescimento Empresarial e Patrimonial.**

Boa leitura!

1 A Global Reporting Initiative (GRI) é uma entidade internacional que busca criar e constantemente aperfeiçoar a estrutura de relatórios sob o ponto de vista da sustentabilidade.

2 O Instituto Ethos é uma organização não governamental com atuação reconhecida na mobilização e sensibilização das empresas para a gestão dos negócios de forma socialmente responsável.

3 Classificado como organização da sociedade civil de interesse público (Oscip), o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) tem como um de seus objetivos a cobrança de uma postura ética, práticas responsáveis e transparência no meio empresarial e nas organizações da sociedade civil.



Grupo MAPFRE

A vocação para liderança de qualquer negócio se reflete em sua capacidade de preservar a estabilidade socioeconômica de indivíduos, famílias e empresas, contribuindo para o progresso econômico sustentável dos países.

O capítulo **Grupo MAPFRE** demonstrará como o princípio corporativo da **vocação para liderança** é traduzido nas operações da MAPFRE.

MAPFRE no Mundo

A MAPFRE S.A., que originalmente significa Mutualidad de la Agrupación de Proprietários de Fincas Rústicas de España é uma seguradora global:

- Líder no mercado de seguros e resseguros da Espanha;
- Líder no mercado de resseguros na América Latina e Caribe;
- Líder no mercado de seguros “não-vida” na América Latina e Caribe.

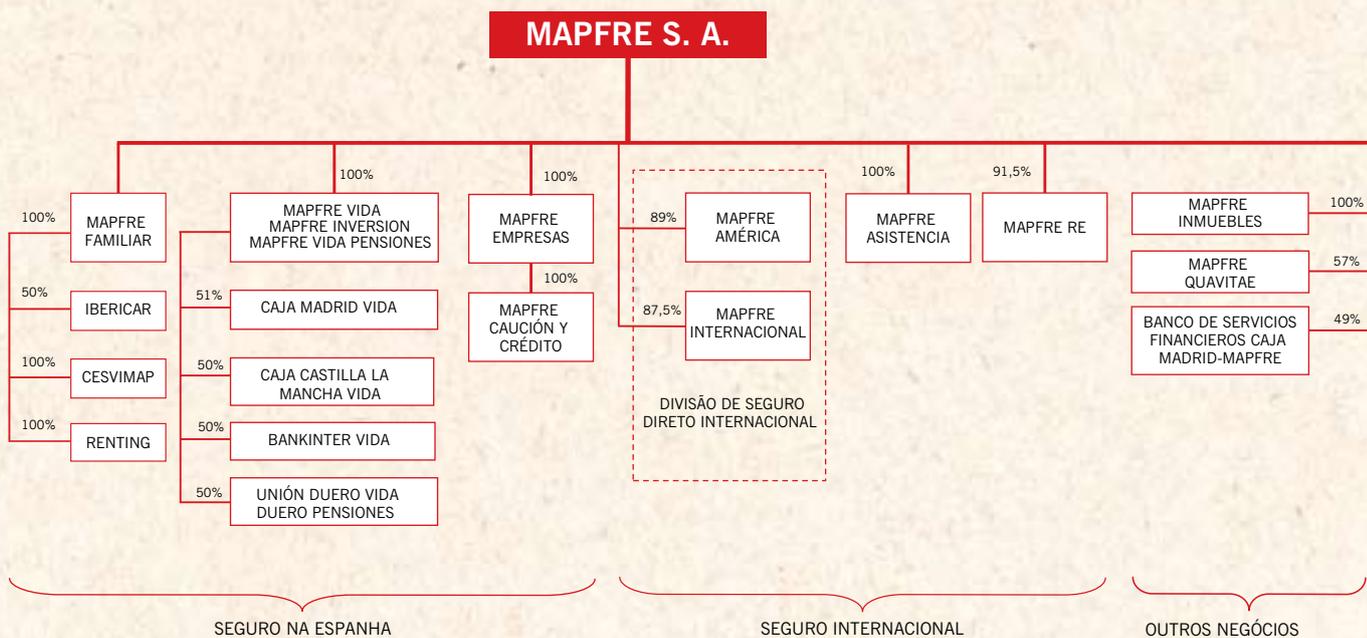
Desde sua fundação há 75 anos, na Espanha – quando um grupo de pequenos proprietários agrícolas se uniu para prestar assistência a trabalhadores acidentados – até hoje, o Grupo tem apresentado crescimento expressivo a cada ano. Em 2007, registrou faturamento de € 14,87 bilhões, um incremento de 12,33% em relação ao ano anterior, e lucro líquido de € 731,1 milhões (US\$ 1,07 bilhão).

Em linha com seus princípios institucionais de globalidade da oferta, vocação multinacional, especialização e descentralização, o Grupo MAPFRE iniciou sua expansão

internacional em 1984, e hoje está presente em 43 países, com um total de 250 empresas, 5.458 sucursais, 70 milhões de segurados e 30.615 colaboradores em todo o mundo.

Em 2007, ampliou sua presença para novos mercados como Estados Unidos, Turquia, Índia, Polônia, Egito e Argélia. Além disso, formalizou os seguintes acordos estratégicos:

- Aquisição de 50% do capital social da CAJA CASTILLA LA MANCHA Vida y Pensiones, assumindo sua gestão;
- Integração da Mutua Valenciana Automovilista (MVA);
- Aquisição de participação de 80% da seguradora Turca GENEL SIGORTA;
- Aquisição de 50% da Bankinter Vida y Pensiones, assumindo sua gestão;
- Anúncio de oferta para adquirir 100% do capital da seguradora americana The Commerce Group;
- Anúncio de reorganização da aliança estratégica com Caja Madrid.



MAPFRE no Brasil

A MAPFRE consolidou-se como um dos principais grupos seguradores em atuação no País, com mais de 80 soluções personalizadas em seguros, assistência, atividades financeiras e serviços divididas em quatro segmentos de mercado: Vida e Previdência, Automóvel, Ramos Elementares e Garantias e Crédito.

Sua trajetória no mercado brasileiro, onde detém 4,60% de *market share*, foi iniciada em 1992, com a aquisição da Vera Cruz Seguradora e, hoje, a MAPFRE é composta por 16 empresas e 2.286 colaboradores.

Para garantir o relacionamento e o atendimento de 15 milhões de segurados e 9.592 corretores em todo o território nacional, a Empresa conta com uma atuação regionalizada, viabilizada por meio de 122 sucursais e 19 diretorias territoriais. Essa presença física ampla e descentralizada é um dos diferenciais que permite à MAPFRE conhecer e entender as diferentes necessidades e culturas dos clientes em cada região do País.

Em 2007, a Companhia confirmou a tendência de expansão verificada nos últimos anos, encerrando o ano com um total de R\$ 3,057 bilhões de faturamento (prêmios e contribuições), o que representa um incremento de 14,9% em relação ao exercício anterior. Outro movimento importante rumo à consolidação de sua participação no mercado foi a constituição da MAPFRE Seguradora de Crédito à Exportação S/A, cujas atividades foram iniciadas no primeiro semestre do ano, e da MAPFRE Capitalização S/A, que entrará em operação em 2008. Além disso, anunciou a intenção de aquisição (em aprovação pelos órgãos reguladores) da Vida Seguradora, pertencente ao Grupo Americano Nationwide, um movimento importante para a consolidação da Empresa no setor de vida individual.

O Grupo MAPFRE é representado pelas seguintes empresas no Brasil:

Seguros

- MAPFRE Vera Cruz Seguradora S/A.
- MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência S/A.
- MAPFRE Seguradora de Garantias e Crédito S/A.
- MARES-MAPFRE Riscos Especiais Seguradora S/A.
- MAPFRE NOSSA CAIXA Vida e Previdência S/A.
- MAPFRE Seguradora de Crédito à Exportação S/A.
- MAPFRE Capitalização S/A.

Serviços

- MAPFRE Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S/A.
- Clube MAPFRE do Brasil Ltda.
- Vera Cruz Consultoria Técnica e Administração de Fundos Ltda.
- Detectar Desenvolvimento de Técnicas para Transferência e Administração de Risco Ltda.
- MAPFRE Re-Consultoria em Resseguros Ltda.*
- Brasil Assistência S/A.*
- ITSEMAP do Brasil Serviços Tecnológicos MAPFRE Ltda.*

Fundações e Centro de Pesquisa

- Fundação MAPFRE Brasil
- CESVI Brasil – Centro de Experimentação e Segurança Viária S/A.

* Empresas com administração independente da MAPFRE Brasil.

Missão

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

Visão de Futuro

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

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

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

Forneceremos notícias, publicidade e informações de forma criteriosa, transparente e ágil. Difundiremos a cultura da prevenção, da qualidade de vida e da responsabilidade social, de modo a despertar o interesse dos **veículos de**

comunicação por estes aspectos de nossa ação empresarial e contribuiremos, desta maneira, para a formação da cultura de seguros e previdência.

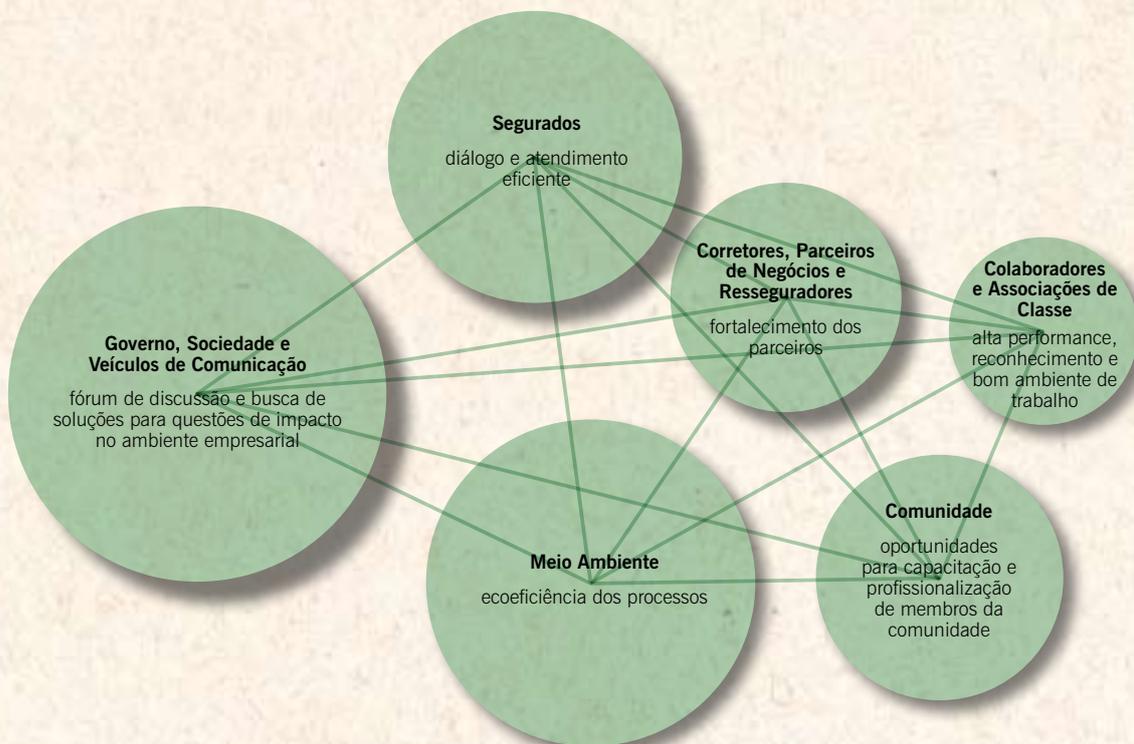
No relacionamento com as **autoridades** dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, pautaremos nossa atuação pelo cumprimento das leis e normas e pela conduta ética e pontual.

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

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

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

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



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

Estamos cientes dos esforços que a busca desta visão de futuro demandará de todos nós e reconhecemos que esta é a única forma de cumprir o nosso papel, tanto no contexto do Sistema MAPFRE quanto na sociedade brasileira, para assim atingirmos nossos objetivos profissionais e pessoais.

Princípios Institucionais

Globalidade da Oferta: devemos oferecer a nossos clientes uma gama completa de produtos e serviços para a prevenção e cobertura de seus riscos e solucionar suas necessidades de poupança e previdência pessoal e familiar.

Vocação Multinacional: é nosso objetivo crescer e, ao mesmo tempo, contribuir para o progresso econômico e social dos países em que o Grupo atua, com a implantação de empresas que baseiem a sua gestão em nossos princípios institucionais e empresariais.

Especialização: estruturamos nossas unidades e sociedades com grande autonomia de gestão, para que tenham equipes específicas para as distintas atividades e assim obtenham a máxima eficiência nos serviços prestados aos clientes.

Descentralização: buscamos, com a adoção de decisões locais e a solução regionalizada de problemas, a máxima agilidade na gestão e no aproveitamento dos recursos de toda a organização.

Atuação Coordenada: nossa autonomia de gestão baseia-se no estabelecimento de objetivos e políticas de atuação comuns aos estabelecidos pela supervisão dos órgãos de governo da mutualidade.

Máximo Aproveitamento de Sinergias: a atuação autônoma se complementa com o estabelecimento de serviços comuns que sejam necessários para a adequada coordenação e máximo aproveitamento de sinergias.

Vocação de Liderança: queremos ser líderes em todos os mercados e setores em que operamos.

Alta Qualidade no Serviço aos Clientes: buscamos a qualidade tanto por razões éticas como pela certeza de que um bom serviço constitui-se no meio mais eficaz para conseguir a fidelização dos clientes.

Busca Permanente da Eficácia: é objetivo do Grupo otimizar a utilização dos recursos, o que implica, entre outros fatores, pragmatismo e flexibilidade; agilidade nas decisões; aproveitamento das oportunidades oferecidas pelo desenvolvimento tecnológico; máxima objetividade na seleção das pessoas; e atenção contínua à formação e ao rigor nos gastos.

Valores

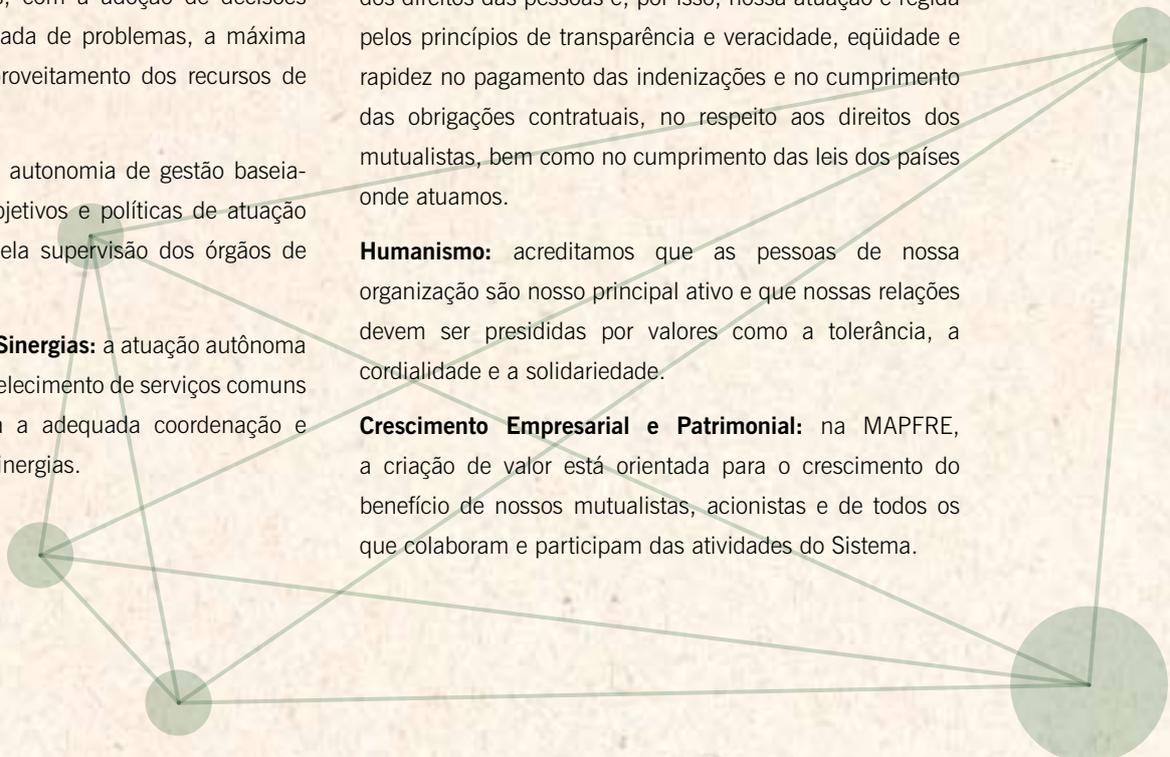
Independência: somos independentes de qualquer pessoa, entidade, grupos ou classes de poder. Este princípio irrenunciável é derivado da natureza associativa de nossa entidade matriz.

Responsabilidade Social: a atuação do Sistema MAPFRE e de quem dele participa está inspirada no sentido de servir à sociedade, como reconhecimento da responsabilidade que nos compete para o seu próprio desenvolvimento. Por esta razão, o Sistema aderiu ao pacto mundial de responsabilidade social corporativa liderado pelas Nações Unidas.

Atuação Ética: sentimo-nos comprometidos com o respeito dos direitos das pessoas e, por isso, nossa atuação é regida pelos princípios de transparência e veracidade, equidade e rapidez no pagamento das indenizações e no cumprimento das obrigações contratuais, no respeito aos direitos dos mutualistas, bem como no cumprimento das leis dos países onde atuamos.

Humanismo: acreditamos que as pessoas de nossa organização são nosso principal ativo e que nossas relações devem ser presididas por valores como a tolerância, a cordialidade e a solidariedade.

Crescimento Empresarial e Patrimonial: na MAPFRE, a criação de valor está orientada para o crescimento do benefício de nossos mutualistas, acionistas e de todos os que colaboram e participam das atividades do Sistema.



Análise Setorial

O ano de 2007 foi marcado por grandes modificações do setor de seguros no Brasil. Os constantes cortes da taxa básica de juros fizeram com que as seguradoras focassem mais na obtenção de resultados técnicos. Para compensar esta redução, as seguradoras buscaram rentabilizar suas carteiras por meio de uma participação maior no mercado de ações.

Durante o ano, o mercado brasileiro de seguros manteve sua trajetória de crescimento com incremento de 15,69%. Os segmentos que mais cresceram foram os produtos de Acumulação (previdência, PGBL e VGBL), com 24,4%; Garantias e Crédito, com 15,4%; e Ramos Elementares, com 13,5%. A carteira de Automóvel (com DPVAT) cresceu apenas 6,5%.

Com isso, os produtos de acumulação já representam 42,2% do mercado de seguros, enquanto a carteira de Automóvel possui hoje um mix de apenas 25,9%. Em 2006, Automóvel representava 28,18% e os produtos de Acumulação, 39,3%.

Os produtos de VGBL têm se mostrado como um dos motores de crescimento do mercado de seguros, ao longo dos últimos anos, de forma que conquistou a classe média declarante de formulário simplificado do IR, como produto-chave de poupança com fins de aposentadoria. Esse desempenho se deve a:

- Percepção do advento da longevidade da população;
- A migração de mais de 20 milhões de pessoas da classe D para a classe C;
- Incentivos fiscais do produto;
- Facilidade, acesso e transparência;
- Compreensão pela classe média de que a Previdência Social não será suficiente na fase pós-laboral;
- Estabilidade econômica, que permite planejamento financeiro familiar.

A modalidade Automóvel não seguiu o desempenho expressivo da indústria automobilística, que tem apresentado recordes de produção e venda, encerrando o ano com crescimento de 6,5%. Aliado a isso, a guerra de preços entre as companhias causou queda na rentabilidade da carteira, o

que certamente trará reflexos no próximo ano, uma vez que tanto as perdas parciais como as perdas totais não estão apresentando o mesmo declínio.

O ano também foi produtivo para o segmento de Ramos Elementares que, apesar da queda da taxa de juros, conseguiu compensar com o resultado operacional. Para o segmento Agrícola, 2007 foi um ano de crescimento e as expectativas são positivas com o lançamento, pelo governo, de uma nova política de incentivo de prêmio de seguros rurais.

O mercado de Garantias e Crédito apresentou crescimento de 15,4% e deverá continuar esta trajetória de crescimento em 2008, principalmente em garantias públicas, em função do PAC (Programa de Aceleração do Crescimento). Por outro lado, os seguros de Crédito Interno, devido à acirrada concorrência entre os operadores deste setor, tem apresentado preços em declínio.

Desempenho Operacional da MAPFRE

A MAPFRE é a maior seguradora de capital estrangeiro do Brasil e 7ª maior empresa do mercado segurador brasileiro, com market share de 4,60%. Dividida por segmento, a atuação da Companhia é expressiva em praticamente todos os mercados em que atua:

- 2ª posição no segmento de Vida, com participação de 11,47% do total de mercado;
- 3ª posição no mercado de Garantias e Crédito, com 11,7% de market share;
- 5ª colocada no ranking de seguros de Automóvel, com participação de 6,10%, com mais de um milhão de veículos segurados;
- 5ª maior empresa em atuação no segmento de Ramos Elementares, com 5,57% de market share.

Automóvel

Apesar da concorrência predatória, a MAPFRE cresceu 8,2% (com DPVAT), mantendo sua participação de mercado e a 5ª posição no ranking deste segmento. Entre as novidades do ano, destacam-se o lançamento dos seguros para táxi (AutoMais Táxi) e motos de altas e baixas cilindradas (MAPFRE Duas Rodas Special).

Vida e Previdência

A atuação da MAPFRE no segmento de Vida e Previdência se dá por meio de duas empresas distintas de fim específicos. Uma é a MAPFRE NOSSA CAIXA VIDA E PREVIDÊNCIA, que atua exclusivamente como braço do Grupo no canal BANCO NOSSA CAIXA e caracteriza-se como principal canal de Vida e Previdência Individual do Grupo. A outra, MAPFRE VERA CRUZ VIDA E PREVIDÊNCIA, atua nos demais canais tradicionalmente operados por uma seguradora deste segmento, caracterizando-se principalmente por canais de distribuição de Vida e Previdência Coletivo. Juntas, as duas empresas representam 42% do Grupo MAPFRE.

• Canal MAPFRE NOSSA CAIXA Vida e Previdência

A MAPFRE, nos segmentos de Vida e Previdência, atua também por meio da MAPFRE NOSSA CAIXA Vida e Previdência. Um dos principais destaques financeiros registrados em 2007 foram os prêmios retidos no segmento de Vida totalizaram R\$ 306,6 milhões, um crescimento de 88,1% em relação a 2006.

• Canais Tradicionais MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência

Em 2007, a receita do segmento, excluindo o canal MAPFRE NOSSA CAIXA, também ultrapassou a marca de R\$ 1 bilhão (R\$ 950 milhões para Vida e R\$ 55,8 milhões para Previdência), registrando crescimento de 10,5% em relação ao ano anterior (R\$ 910 milhões). O segmento sem NOSSA CAIXA encerrou o ano com uma participação de 32,9% na receita total da MAPFRE.

Ramos Elementares (Seguros de Bens e de Responsabilidade Civil)

A receita apresentada em 2007 em Ramos Elementares foi de R\$ 524,8 milhões, um incremento de 2,9% em comparação a 2006. Com uma participação de 17,2% na receita total da Companhia, o segmento manteve a 5ª posição no ranking nacional.

Garantias e Crédito

A receita de Garantias e Crédito cresceu 39%, passando de R\$ 75,1 milhões em 2006 para R\$ 104,4 milhões em 2007. O segmento, que representa 3,4% da receita total da MAPFRE, alcançou a 3ª colocação no ranking nacional em 2007 (em 2006, a MAPFRE ocupava o 4º lugar no mercado).

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Desde a sua fundação em 1933, na Espanha, a MAPFRE se compromete em exercer suas atividades de maneira eficiente e responsável, a fim de garantir a sustentabilidade de suas ações na sociedade.

No segmento de seguros, a preocupação com a sustentabilidade é de extrema importância, uma vez que toda a sua cadeia produtiva existe para minimizar os riscos de diminuição do patrimônio de pessoas e organizações, ou seja, para garantir que cidadãos, empresas e governo gerem crescimento social e econômico sustentável.

ESTRATÉGIA PARA A SUSTENTABILIDADE

A estratégia de sustentabilidade da MAPFRE compreende investimentos nas esferas interna e externa da empresa, de forma a gerar impactos positivos para todas as partes interessadas: colaboradores, parceiros de negócio, segurados, comunidades do entorno, governo e sociedade em geral.



Compromisso com o meio ambiente

Na esfera interna, busca-se concentrar esforços na melhoria contínua de seus processos. Como exemplo disto, pode-se citar a criação, em 2007, do ECO MAPFRE, que tem como finalidade o levantamento e a implementação de melhorias ecoeficientes nos processos do Grupo.

Já na esfera externa, a empresa e a Fundação MAPFRE direcionam seus esforços para ações de fortalecimento da cidadania e de contribuição para o desenvolvimento econômico sustentável. Em 2007, destacam-se a criação do Programa Na Pista Certa, que promove comportamentos e atitudes responsáveis e cívicas em relação ao trânsito, e a ampliação do alcance das atividades do Programa Cine Maior Idade. Neste ano, o Cine Maior Idade repercutiu na mídia nacional, com a gravação de uma sessão especial realizada pela Rede Globo, e contribuiu para um fórum de discussão na área de Gerontologia.



Projeto Na Pista Certa



Projeto Cine Maior Idade

RECONHECIMENTO DA SOCIEDADE

A conduta voltada a práticas responsáveis aplicadas interna e externamente à empresa resultaram em importantes reconhecimentos e na formação de sólidas parcerias com entidades respeitadas nacional e internacionalmente por sua atuação em Responsabilidade Social Empresarial:

- Eleição da MAPFRE Brasil como uma das 20 empresas com as melhores práticas de Responsabilidade Social Empresarial no Brasil pelo Guia de Sustentabilidade da Revista Exame.



- Prêmio ABRASCA do Relatório Anual de 2006, pela transparência das informações contidas, com destaque para a obtenção da nota máxima na análise das informações do Balanço Social.
- Adesão da MAPFRE Brasil aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, conjunto de objetivos para o desenvolvimento e a erradicação da pobreza no mundo, estabelecido durante a Conferência do Milênio, promovida pela ONU.
- Reconhecimento como uma Empresa Amiga da Criança pela Fundação Abrinq.



Estrutura Colegiada

Conselho de Administração

Ainda que a Empresa no Brasil seja uma S.A. de Capital Fechado, com praticamente um único proprietário, mantém um Conselho de Administração com as seguintes características:

1. **Objetivo:** Assegurar um relacionamento equilibrado no curto e longo prazos com todos os públicos envolvidos. Para tanto, tem a função de garantir que todas as leis brasileiras e normas estabelecidas internamente sejam cumpridas em todos os âmbitos da empresa.
2. **Estrutura:** composto por 9 membros.
 - Sendo sete membros externos
 - Sendo dois internos. Um é o funcionário com mais tempo de casa e com menos de 60 anos de idade. O outro é o presidente da Diretoria, que não tem funções eminentemente executivas, uma vez que a Empresa é estruturada por Unidades de Negócio interdependentes, com responsabilidades típicas de uma empresa, como se independente fosse.
3. Nenhuma decisão que mude o planejamento estratégico do Grupo pode ser tomada pelas Unidades de Negócio, sem a anuência do Conselho.

Comitê de Auditoria

Reporte: ao Conselho

Membros: todos externos

Perfil dos membros: especialistas em finanças e contabilidade de Seguros, outro em Ciências Atuariais e outro em Governança Corporativa.

Comitê de Direção Estratégica

Reporte: ao Conselho

Dirigido pelo presidente do Conselho, é o órgão que alinha as decisões do Conselho de Administração e as orientações do Acionista Único, MAPFRE América, às atividades das Unidades de Negócio. Recebe feedback das atividades das Unidades de Negócio para repasse ou busca de orientações, em termos mensais aos Acionistas e ao Conselho de Administração.

Comitês Executivos

Reporte: ao presidente do Comitê de Direção Estratégica

São presididos por vice-presidentes, responsáveis por Unidades de Negócio e membros que sejam obrigatoriamente membros do Comitê de Direção Estratégica. Estes Comitês se reportam ao presidente da Diretoria. Suas funções são semelhantes às do CODIR com abrangência somente à Unidade de Negócio.

Comitês Funcionais

Estratégia Financeira (membros externos), vinculado ao diretor vice-presidente de Informática, Finanças e Administração.

Recursos Humanos: vinculado ao diretor-presidente

Estratégia de Canais: vinculado ao diretor-presidente

Estrutura Funcional

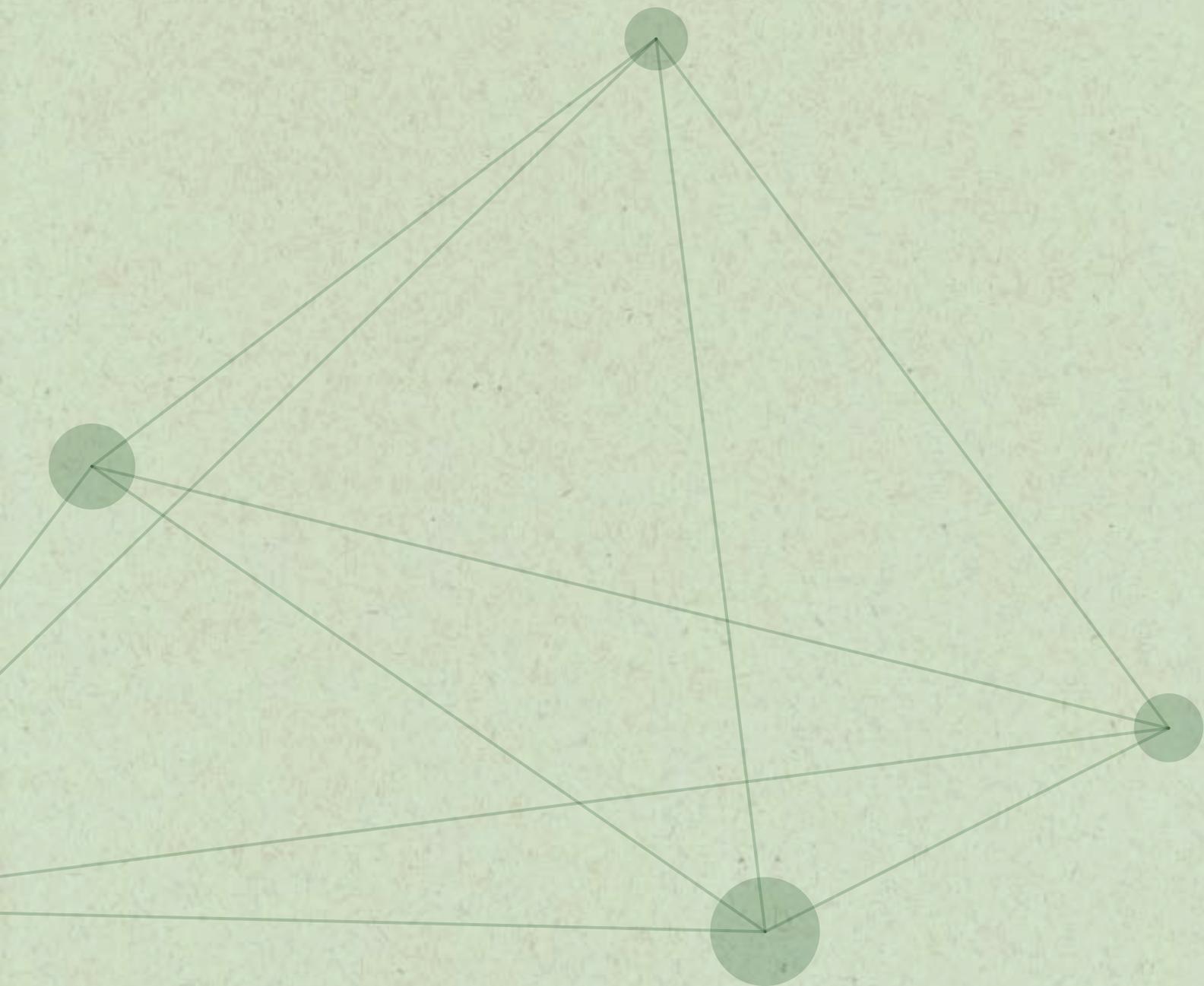
Diretoria

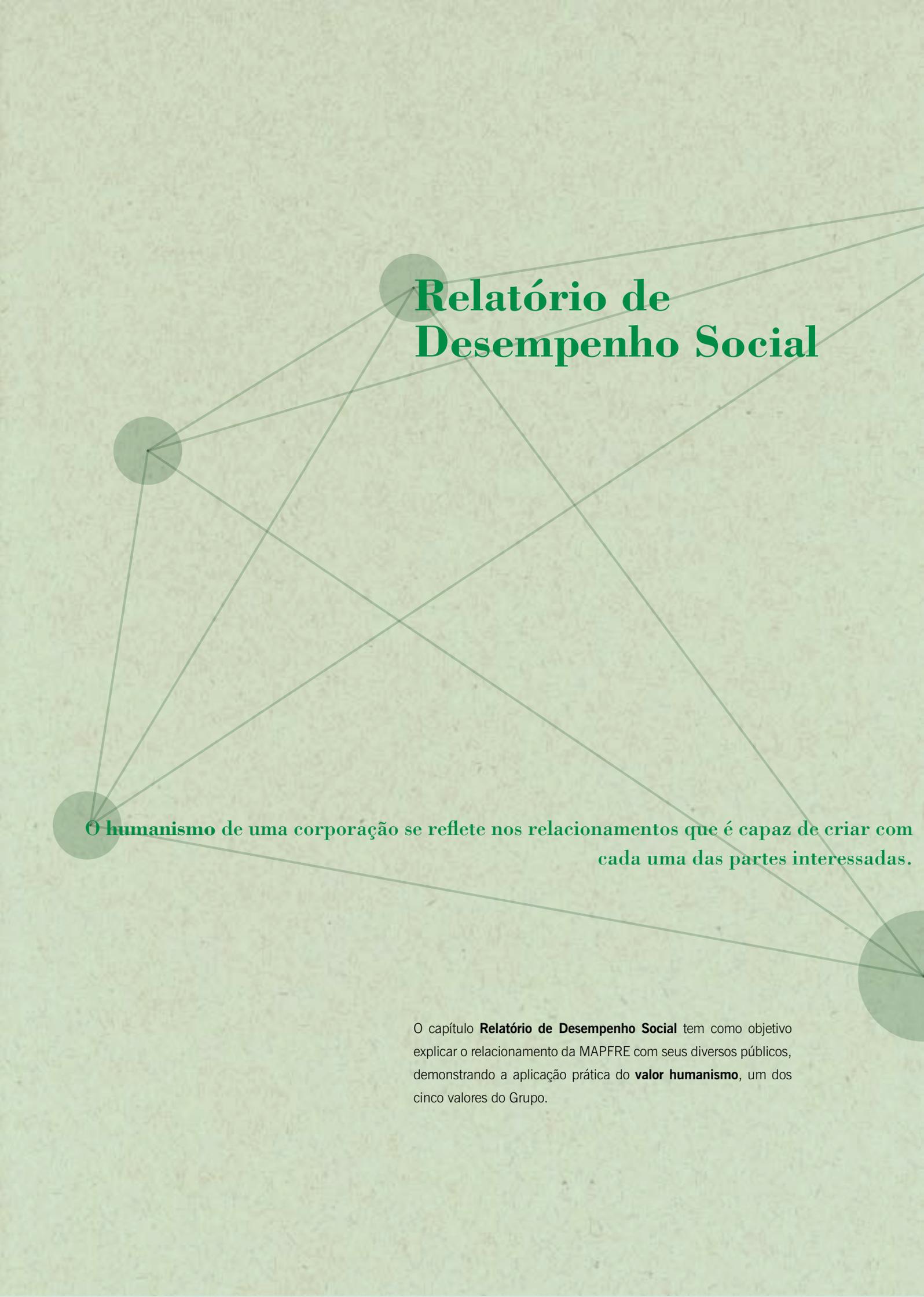
Reporte: ao Presidente da Diretoria

Composta de um presidente que tem por função: harmonizar Unidades de Negócio, aplicar os princípios do Grupo e coordenar a atividade dos vários Comitês Executivos.

Vice-Presidente e Diretores

Composta de cinco vice-presidentes, 12 Diretorias Estatutárias e uma Diretoria de Auditoria Interna e de Controles Internos, que por estrita razão de independência das funções, não tem formalização estatutária, que reporta ao Comitê de Auditoria Local e à Direção Geral de Auditoria do Grupo MAPFRE.





Relatório de Desempenho Social

O **humanismo** de uma corporação se reflete nos relacionamentos que é capaz de criar com cada uma das partes interessadas.

O capítulo **Relatório de Desempenho Social** tem como objetivo explicar o relacionamento da MAPFRE com seus diversos públicos, demonstrando a aplicação prática do **valor humanismo**, um dos cinco valores do Grupo.

Diálogo com as Partes Interessadas

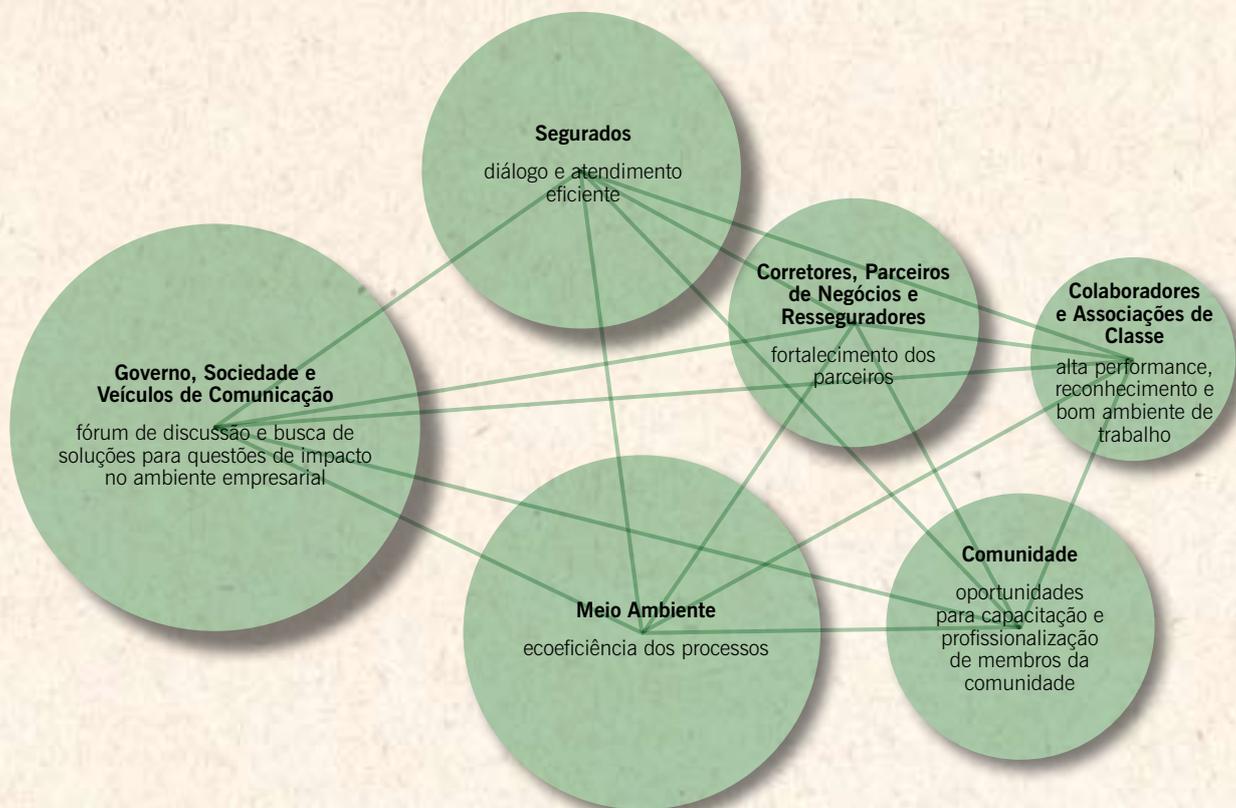
“Se cada um, conscientemente, fizer a sua parte, vamos ver crescer a esperança de um Brasil melhor, não somente em nós, mas naqueles que estão ao nosso redor.”

Antonio Cássio dos Santos
Presidente do Grupo MAPFRE

O Grupo MAPFRE atua fundamentalmente no ramo de seguros e previdência, construindo relacionamentos equilibrados e duradouros com todas as partes que compõem a cadeia produtiva – colaboradores, parceiros de negócio, corretores e segurados – e com a sociedade brasileira em geral. É neste diálogo que concretiza o seu propósito, traduzido no compromisso social de minimizar os riscos – sociais, econômicos e ambientais – inerentes ao processo de desenvolvimento, proporcionando a segurança necessária ao crescimento econômico sustentável.

A importância dada à construção de relacionamentos é um valor que constitui a MAPFRE desde sua origem, em 1933, quando surge como uma cooperativa na Espanha. Pelo princípio estatutário da mutualidade, parte dos lucros é devolvida, obrigatoriamente, às comunidades onde opera, por meio de ações coordenadas pelas Fundações MAPFRE, em conjunto com a sociedade, governo e empresas parceiras.

Ao assumir o papel de liderança na busca do equilíbrio entre diferentes interesses, a MAPFRE cria mecanismos que permitem a integração dos seus diversos públicos, quais sejam:



Colaboradores

“Estamos preocupados em contemplar o máximo de oportunidades de crescimento e acrescentar benefícios que possam fazer diferença na vida pessoal e familiar.”

Antonio Cássio dos Santos,
Presidente do grupo MAPFRE

A MAPFRE reconhece que seu sucesso é fruto do efetivo comprometimento de seus colaboradores, algo que só pode ser obtido com um compromisso correspondente por parte da empresa. Por essa razão, sua Estratégia de Pessoas, sustentada em três pilares – alta performance, reconhecimento e ambiente – é concebida para gerar oportunidades e benefícios que façam diferença na vida pessoal e familiar do colaborador.

Alta Performance

Apresentamos a seguir as ações da MAPFRE realizadas com estes objetivos.

Mecanismos para a Alta Performance

O investimento em disponibilizar mecanismos de acompanhamento de desempenho e auto-avaliação – como o Balance Score Card e o Sistema de Gerenciamento de Desempenho e Competências (SGD) – e na formação, segundo padrões internacionais de qualidade de processos e produtos – como o Sistema Seis Sigma –, são exemplos concretos de como a empresa atua para promover a alta performance.

As ferramentas também permitem um aprimoramento constante em transparência, ética e responsabilidade. Em 2007, foi criada a Superintendência de Controle Interno Corporativa, que, além de atribuições estratégicas, monitora indícios de lavagem de dinheiro e previne fraudes. Os Recursos Humanos, por sua vez, apóiam a Auditoria Interna com cursos de formação e reciclagem.

Investimento em Desenvolvimento Profissional

O Grupo MAPFRE conta com diversas iniciativas voltadas ao crescimento profissional de seus colaboradores. Dentre as principais, destacam-se programas de formação e treinamento, como o Aprendendo a Aprender, ferramenta de aprendizado à distância disponível para todos os

2.286 colaboradores. A aprendizagem está, assim, nos próprios desafios colocados pelo trabalho e no ambiente de compartilhamento do conhecimento. O conhecimento individual é visto como um fator de contribuição para o conhecimento coletivo. As pessoas aprendem umas com as outras e são estimuladas a vivenciar esse clima de troca de informações permanente. Exemplo disso está na Escola de Estudos. A MAPFRE destinou um espaço para quem quiser, voluntariamente, transmitir conhecimentos diversos para outros colaboradores. Os assuntos são abertos, e a empresa disponibiliza as ferramentas necessárias para o instrutor voluntário, que aprendem técnicas para falar em público. A Escola de Estudos MAPFRE é, portanto, um ambiente de aprendizado interativo em que os próprios colaboradores propõem e ministram cursos especiais sobre temas diversos, que possam ser utilizados para agregar valor à informação e disseminá-la pela organização.

A empresa comprometida com o colaborador:

- 1.cria mecanismos e provê ferramentas que fomentem o bom desempenho;
- 2.investe no desenvolvimento profissional;
- 3.facilita o acesso a informações relevantes.

Outros programas importantes são o internacionalmente reconhecido Life Office Management Association (LOMA), que oferece formação profissional de três anos no contexto da indústria de seguros e de serviços financeiros, e o PDD/Projeto Horizonte, realizado no Centro de Informação MAPFRE, em Madri, com foco em gestão estratégica, de marketing e de comunicação, entre outras.

O investimento em desenvolvimento profissional na MAPFRE pode ser também exemplificado pela parceria com o IESE Business School, para formação e especialização de seus executivos. Esta renomada instituição consolidou-se como marca internacional de reconhecido prestígio por seu rigor e excelência profissional no âmbito acadêmico e empresarial.

Em 2007, quatro executivos da MAPFRE participaram do curso Advanced Management Program, um dos cursos do IESE, que tem como objetivo estabelecer uma visão integral de todas as áreas da empresa, além de oferecer uma perspectiva da gestão do conhecimento e promover a atualização e a ratificação de conceitos-chave e das ferramentas necessárias para a definição da estratégia corporativa entre outros aspectos.

Democratização do Acesso a Informações Relevantes

Diálogo e transparência são elementos-chave para a integração entre a empresa e seus colaboradores, sintonizando-os com as estratégias e as decisões corporativas. A MAPFRE sabe o quanto isso é fundamental para a conquista de alta performance e crescimento, por isso dispõe de diversas ferramentas e canais – murais, rádio, intranet, publicações e encontros – para ampliar a interação com o colaborador e dinamizar a difusão de informações relevantes.

O Papo Aberto MAPFRE (PAM) é um bom exemplo dessa abordagem multidimensional. O programa dissemina informações no âmbito da Estratégia de Pessoas, por e-mails, cartazes e intranet. Já a revista Tudo em Família, enviada mensalmente a cada colaborador, veicula artigos e notícias que estimulam a integração das diversas sucursais do Grupo.

A MAPFRE também utiliza instrumentos como o Fique Ligado, que envia à rede comercial mudanças em processos administrativos, e o Jurídico On-Line, que fornece aos colaboradores em todo o Brasil informações corporativas e jurídicas.



Capa do *Manual de Integração*

Cabe destacar entre as realizações de 2007 a criação do *Manual de Integração*, que informa o colaborador sobre as áreas, processos, produtos e serviços da empresa, e a realização do 4º Encontro de Negócios MAPFRE, que reuniu 1.400 colaboradores da Grande São Paulo para reforçar os princípios da empresa e compartilhar resultados alcançados.

Reconhecimento

Com o objetivo de valorizar o comprometimento de longo prazo de seus colaboradores, a MAPFRE criou programas de reconhecimento de seus funcionários por tempo de serviços prestados e por sua sintonia com os ideais do Grupo, já que o crescimento de uma grande empresa está intimamente ligado à evolução pessoal e da carreira de seus colaboradores.

Encontram-se neste grupo de programas iniciativas como o Prêmio Águia, que destaca a contribuição única e pessoal dos colaboradores que fizeram a diferença para a MAPFRE em relação a resultados, novos negócios, novos mercados e projetos inovadores, e o Prêmio AMO – Atitude MAPFRE Original, que homenageia os colaboradores com mais de nove anos de casa, em retribuição a uma vida de trabalho dedicado.



Prêmio AMO



Encontro de Negócios

Além dos prêmios, o Programa de Participação nos Lucros e Resultados (PLR), que em 2007 completou dez anos, é mais uma forma de reconhecimento da contribuição dos colaboradores à empresa e tem como principal objetivo compartilhar os resultados obtidos no período. O total distribuído como PLR no ano de 2007 atingiu aproximadamente R\$ 10,5 milhões, um incremento de cerca de 10% em relação ao ano anterior. Com uma comissão escolhida pelos próprios colaboradores por eleição direta, o PLR vem se adequando a cada ano às suas necessidades e se tornando cada vez mais transparente.

Ambiente

“Um dos dez princípios básicos do sucesso é ter um grande respeito pelos trabalhadores.”

Ignácio Larramendi,

primeiro Presidente da Fundação MAPFRE e principal incentivador do Sistema MAPFRE

Para transformar o ambiente de trabalho em um lugar agradável, espaço para uma vida mais saudável e feliz, a MAPFRE investe no atendimento contínuo como forma de prestar a devida atenção e respeito às necessidades individuais de cada colaborador. As ações abrangem diferentes abordagens e mostram o comprometimento da MAPFRE com todos aqueles que se empenham para crescer junto com a empresa.

Em 2007, o case da MAPFRE “Um bom ambiente de trabalho aliado à estratégia de pessoas faz a diferença” foi reconhecido com o prêmio Top de RH em 2007 da ADVB (Associação dos Dirigentes de Marketing e Vendas do Brasil).

Respeito ao Indivíduo

A MAPFRE respeita todos os indivíduos, sejam eles colaboradores, fornecedores ou terceiros. Assim, seguir toda a legislação concernente aos direitos da criança e do adolescente e a não submissão ao trabalho forçado ou análogo ao escravo é para a empresa mais do que uma obrigação legal, figurando entre seus valores essenciais.

Em seu Código de Conduta e Bons Costumes, o Grupo combate todas as formas de discriminação negativa, valorizando os benefícios de crescimento pessoal e empresarial em um ambiente diversificado.

Como fruto desta perspectiva, em 2007 foi criada a *Gerência de Diversidade*, com foco em questões como a acessibilidade universal e a disseminação de uma cultura inovadora e sustentável de valorização da diversidade, além da inclusão no mercado de trabalho e a autonomia socioeconômica de pessoas com deficiência e grupos historicamente discriminados.

Com relação aos sindicatos, a MAPFRE mantém um relacionamento aberto, pautado pela ética e respeito aos direitos dos colaboradores. Assim, busca construir canais de diálogo efetivo, com reuniões periódicas para conhecer sugestões e negociar reivindicações. Na intranet, a empresa disponibiliza, para todos os colaboradores, a Convenção Coletiva do Trabalho dos profissionais de seguradoras.

Além disso, visando a contribuir para um futuro seguro dos colaboradores, o Grupo MAPFRE incentiva a poupança de longo prazo, sobretudo por meio do plano de Previdência Complementar MAPFRE Prev. Neste plano, a empresa contribui com uma parcela da mensalidade de cada optante por participar, em valor que varia de acordo com a faixa etária do colaborador, conforme a tabela a seguir:

Faixa etária do colaborador	Contribuição do Grupo MAPFRE
Até 29 anos	20% de participação da MAPFRE
Até 40 anos	25% de participação da MAPFRE
Acima de 50 anos	30% de participação da MAPFRE

Qualidade de Vida

A MAPFRE investe na qualidade de vida dos colaboradores e suas famílias e não tem poupado esforços para ampliar as ofertas de benefícios.

Os colaboradores usufruem de benefícios como assistência médica e odontológica, vales-alimentação, refeição e transporte, auxílio-creche e assistência clínica especializada no próprio prédio-sede. Além disso, o programa Qualidade de Vida promove campanhas de vacinação, dá dicas sobre alimentação e prevenção de doenças graves e oferece programas de educação alimentar, ioga, acupuntura e atividades externas, como trilhas ecológicas.

Para o aumento da qualidade de vida dos colaboradores, a MAPFRE conta também com o Programa de Ouvidoria e Papo (POP), que presta apoio pessoal aos colaboradores e suas famílias nas áreas de psicologia, pedagogia e assistência social, entre outras. É 100% confidencial e está disponível 24 horas por dia.



Trilha Ecológica



Trilha Ecológica



Estímulo à Cidadania

Para a MAPFRE, responsabilidade social é dever de todos. No ambiente empresarial, isto significa dar oportunidades aos seus colaboradores de participar ativamente no processo de transformação da sociedade, desde o ambiente de trabalho até ações específicas desenvolvidas com este fim.

A partir deste conceito, por meio do MAPFRE Ação Social, a área de Recursos Humanos envolve todas as áreas da empresa na promoção de atividades de ajuda efetiva à sociedade, além de integração entre colaboradores e do crescimento pessoal decorrente do voluntariado.

MAPFRE Ação Social:

o Programa de Voluntariado da MAPFRE

A Campanha de Ação Social MAPFRE 2007 mobilizou 364 colaboradores da MAPFRE para promover ações sociais de apoio a entidades de auxílio social. Foram dez equipes que, após oito meses, mobilizaram 212 doações de sangue, realizaram atividades interativas nas entidades sociais e arrecadaram mais de 42 mil itens entre alimentos, roupas, material de higiene e limpeza, material didático e utensílios domésticos.

Itens arrecadados no MAPFRE Ação Social 2007

Item	Unidades
Alimento	7652
Roupa	3248
Cama	765
Higiene	2955
Limpeza	345
Remédio	302
Eletrodoméstico	8
Eletrônico	104
Brinquedo	8900
Livro	18000
Atividade na Entidade	105

McDia Feliz 2007

A MAPFRE apadrinhou o McDonald's Vicente Rao, em São Paulo, levando entretenimento (palhaços, malabaristas, distribuição de balões e show de cães adestrados) ao público e às crianças da entidade Abrigo Jovens do Futuro.

A MAPFRE patrocinou a ida de 35 crianças até a loja e doou para cada uma o lanche e o boné do evento.



Crianças da entidade Abrigo Jovens do Futuro no McDia Feliz



Uma das dez equipes da Campanha de Ação Social MAPFRE 2007



Segurados



Atendimento ao segurado no AutoMais Serviços

Buscar a satisfação dos clientes, o profissionalismo, a segurança e o respeito aos direitos dos segurados são princípios que acompanham a MAPFRE desde sua origem e que fundamentam sua política de relacionamento com o segurado. Com base nesses princípios, o Grupo lançou recentemente no Brasil o Club MAPFRE, um novo conceito em serviços, assistências e atividades financeiras, que vai disponibilizar inúmeras soluções personalizadas aos segurados.

Transparência e Diálogo

Faz parte da estratégia do Grupo MAPFRE manter com seus clientes uma relação de transparência e diálogo. Estes conceitos, inerentes à responsabilidade social, são incorporados em todas as práticas da empresa e estão na base de seus negócios. É por isso que a MAPFRE tem se destacado no mercado e construído sua história como uma empresa cada vez mais próxima do cliente.

Neste sentido, a empresa reconhece a importância da existência de um canal independente na comunicação com os clientes. Assim, entre as principais ações de responsabilidade social incorporadas na rotina de atendimento ao consumidor, destacam-se as seguintes:

Ouvidoria: Ajudar na resolução de situações conflituosas, esclarecer os clientes sobre seus direitos e obrigações, sugerir melhorias técnicas e atuar de forma a prevenir futuros conflitos são as principais atribuições da Ouvidoria. Trata-se, portanto, de um elemento-chave na garantia da excelência no relacionamento com os clientes.

A MAPFRE foi a primeira empresa de seguros a obter o registro da sua Ouvidoria junto à Superintendência de Seguros Privados (SUSEP).

DEFENSOR DO SEGURADO



Defensor do Segurado: Com este recurso de defesa dos seus direitos, o segurado pode, em qualquer situação em que se sinta prejudicado, recorrer à intervenção de um advogado com atuação independente e de reconhecida competência para contestar decisões já proferidas pela empresa, sem que seja necessário procurar a Justiça comum. A resolução, neste caso, tem caráter vinculante. A possibilidade de se fazer uso deste serviço é obrigatoriamente mencionada no texto da carta que é enviada ao segurado em eventuais casos de negativa de pagamento de sinistro. Isto vem reforçar a transparência de todo o processo, que está garantida pela existência de um regulamento aprovado pelo Conselho de Administração, registrado em cartório e publicado no Manual do Segurado que acompanha a apólice.

A manutenção de uma política de comunicação abrangente e alinhada aos valores e princípios éticos tem atenção especial do Grupo. Para isto, são mantidos canais abertos entre clientes e consumidores e a empresa para esclarecer aspectos inovadores de seus serviços ou que tenham causado dúvidas, sempre respeitando a legislação de defesa do consumidor. Cabe também enfatizar que a MAPFRE atualiza continuamente o material destinado aos consumidores e clientes, a fim de garantir a precisão das informações divulgadas.

Em adição a isto, a empresa realiza análise prévia de peças publicitárias para verificar a conformidade com seus valores e princípios e possui políticas específicas para assegurar que as peças de seus programas sociais voltadas para o público infanto-juvenil sejam responsáveis e respaldadas pelo auxílio de profissionais com reconhecidos trabalhos junto a este público.

Excelência no Atendimento

A MAPFRE tem como missão oferecer um atendimento rápido e eficiente, proporcionando segurança e tranquilidade a seus clientes. Neste sentido, torna-se fundamental apresentar um elevado nível de profissionalismo em todos os seus processos, buscando uniformidade, agilidade e transparência na resolução de demandas.

Com esse intuito, a MAPFRE deu início, em 2007, ao mapeamento de processos e à redação e publicação de normativos da Central de Relacionamento.

Também inserida na política de transparência e excelência no atendimento, o segurado conta com a Gestão de Ocorrências e Reclamações, que direciona aos setores de origem do problema os casos não resolvidos. O processo é integralmente monitorado pela área de Gestão de Qualidade, que assegura o cumprimento dos prazos. Por fim, se o atendimento for considerado insatisfatório pelo cliente, a Central de Relacionamento SIM 24h orienta o encaminhamento do caso à Ouvidoria, para que seja analisado e uma decisão final seja proferida.

A MAPFRE dispõe ainda dos seguintes mecanismos para garantir a qualidade no atendimento:

Reverse Mentoring: Ao adotar este conceito, a MAPFRE busca conhecer com nitidez as necessidades dos segurados e implementar mudanças que evitem possíveis situações de insatisfação. O objetivo é estabelecer estratégias que permitam antecipar-se a desgastes, com potencial de influenciar a empresa como um todo.

Feedback Reverso: Este programa permite ao atendente, que é quem estabelece o contato direto com o cliente, tornar-se o porta-voz do cliente para toda a empresa. Isto é viabilizado por meio de plantões semanais em que os atendentes podem levar à área de Desenvolvimento da Qualidade da Central de Relacionamento SIM 24h informações, sugestões ou percepções, que são recebidas como a “voz do cliente” e incluídas no conjunto das atividades de reverse mentoring.



Central de Relacionamento SIM 24 Horas

Como resultado da preocupação constante da MAPFRE em manter um relacionamento sempre próximo e transparente com o cliente, a Central de Relacionamento SIM 24h obteve os seguintes prêmios em 2007:

Prêmios e Reconhecimentos

Empresa	Case	Categoria
Prêmios ABT (Associação Brasileira de Telesserviços)	A Virtuosa Corrente da Promoção da Empregabilidade nas Comunidades de Periferia - "Uma metodologia que saiu do coração para ficar disponível a todo o Setor de Call Center"	TROFÉU PRATA na Categoria: Responsabilidade Social Empresas com Operações Próprias
Prêmio ABRAREC/ESPM Estratégias Vencedoras de Relacionamento - Associação Brasileira das Relações Empresa-Cliente	Duplo Sucesso de Retenção na Central "Os elevados índices de Renovação fidelizam o Corretor e a excelência no Relacionamento fideliza o Segurado"	TROFÉU PRATA na Categoria: Operação Própria e/ ou Terceirizada - Ativa
Prêmio ABRAREC/ESPM Estratégias Vencedoras de Relacionamento - Associação Brasileira das Relações Empresa-Cliente	Duplo Sucesso de Retenção na Central "Os elevados índices de Renovação fidelizam o Corretor e a excelência no Relacionamento fideliza o Segurado"	PRATA na Categoria: Serviços e Produtos Financeiros

Corretores e Parceiros de Negócios

Equilíbrio nas Relações

A busca por equilíbrio nas relações com corretores e parceiros de negócio é fundamental para a construção de parcerias duradouras e éticas.

Um exemplo dos esforços da MAPFRE na manutenção de relacionamentos justos com seus corretores é a *Campanha Amigos do Peito*, criada em 2007 com o intuito de aumentar o conhecimento técnico e pessoal dos prestadores de serviço.

Outra forma que a empresa encontra para se aproximar de seus corretores é a consulta pública, mecanismo desenvolvido para captar suas percepções a respeito de temas relacionados à responsabilidade social empresarial e, também, para aprimorar as ações realizadas pelo Grupo neste setor. Incluem-se ainda a sustentabilidade para o negócio e a promoção de transparência e equilíbrio nas relações da MAPFRE com seus clientes, parceiros de negócios, fornecedores e corretores.

A MAPFRE mantém ainda a Central de Relacionamento SIM 24h para atendimento personalizado e Help Desk, que oferece suporte técnico em sistemas informáticos à rede de corretores. É por este canal que são transmitidas sugestões e reclamações de corretores e prestadores de serviço, permitindo que se encontrem soluções para os problemas identificados.

Finalmente, a MAPFRE conta com uma política de treinamento de terceiros, que lhes proporciona crescimento e melhoria na performance profissional. O objetivo central é o de integrar prestadores de serviço à ideologia da MAPFRE e, conseqüentemente, melhorar o atendimento ao cliente.



Amigos do Peito

Fortalecimento dos Parceiros MAPFRE Centro de Formação

O fortalecimento de seus parceiros é para a MAPFRE um fator essencial na construção do desenvolvimento sustentável, pois é desse modo que se estabelecem relacionamentos equilibrados e duradouros. Em 2007, a área de Formação Comercial consolidou seus programas de educação a distância e presencial, estruturados em quatro pilares estratégicos:

- Liderança** – Com foco na Grande São Paulo, a formação de lideranças visa à obtenção de resultados e otimização de processos, por meio da gestão de pessoas. No III Encontro de Líderes, por exemplo, foram trabalhadas competências do indivíduo, do negócio e da função.
- Rede MAPFRE** – A MAPFRE valoriza o relacionamento entre todos aqueles que constituem e prestam serviço à empresa, buscando alinhar pessoas, processos e resultados. Neste sentido, o Simpósio de Vida e Previdência reuniu, de maio a setembro de 2007, 700 colaboradores da rede MAPFRE, inclusive a equipe da Central de Relacionamento SIM 24H. Já o programa de Produtos e Abordagem Comercial capacitou a rede comercial junto às unidades de negócios. Para seus corretores, a MAPFRE investiu em capacitação, disseminação de marca e relacionamento estratégico.
- Unidade de Canais** – Voltada a colaboradores e parceiros, a Unidade de Canais concentra-se em ações de treinamentos institucionais, de produtos e de técnica de vendas, visando ao fortalecimento de canais estratégicos.
- Educação a Distância** – O programa e-MAPFRE capacita e recicla a rede comercial, tendo a troca de conhecimentos e experiências como diferencial. O MAPFRE Centro de Formação é um portal de *e-learning* para o treinamento e desenvolvimento de profissionais das corretoras parceiras.

Dois boletins – o *Informativo MAPFRE Connect* e a *Newsletter Semanal* – e duas revistas bimestrais – a *Negócios MAPFRE* (diariamente na internet) e a *Corretor MAIS* – completam o conjunto de veículos de relacionamento com os corretores.

MAPFRE | CENTRO DE FORMAÇÃO

senac
são paulo

Revista *Corretores Mais*



Informativo *MAPFRE Connect*

Comunidade

“Encantar e manter a satisfação dos clientes [...], com receptividade, empatia e elevado nível de profissionalismo, garantindo a segurança e tranquilidade, com a resolução de sua demanda.”

Missão da Central de Relacionamento SIM 24h

Para a MAPFRE, é fundamental que suas ações e estratégias contribuam para promover transformações no seu entorno, resultando em melhorias para a sociedade e para o meio ambiente e minimizando possíveis impactos negativos de suas operações. Desta maneira, a empresa procura não apenas gerar renda e empregos como também proporcionar benefícios diretos às comunidades onde se insere.

Um exemplo é o projeto “A virtuosa corrente da promoção da empregabilidade”, coordenado pela Central de Relacionamento SIM 24h, que oferece preparação profissional nas áreas de *call center* e seguros, com foco nos públicos jovem e maduro, auxiliando-os no ingresso ou na reinserção no mercado de trabalho formal.

Cerca de 240 pessoas participaram de projeto de promoção da empregabilidade voltado para a comunidade do entorno do escritório da MAPFRE, localizado no Jardim São Luiz – cidade de São Paulo. Em 2007, este projeto rendeu à MAPFRE o troféu de Prata na categoria Responsabilidade Social no VII Prêmio ABT, promovido pela Associação Brasileira de Telesserviços.

VII Prêmio ABT
Melhores práticas em telesserviços.

O Programa Educação Viária é Vital é outro exemplo da busca por um impacto positivo nas comunidades em que atua. O projeto é elaborado em integração com essas comunidades, pois é a partir de suas demandas que a Fundação MAPFRE define o plano de expansão e as parcerias do programa. Um exemplo concreto de resposta a demandas regionais foi a expansão do programa, em 2006 e 2007, para os estados do Maranhão e Rio Grande do Norte.



Programa Educação Viária é Vital

O relacionamento da MAPFRE com as comunidades em seu entorno é marcado também pela preocupação ambiental. Em 2007, a empresa se tornou parceira de uma importante iniciativa do governo do estado para melhorar a qualidade de vida e o meio ambiente da cidade de São Paulo, o Projeto Pomar. Nele, a empresa adotou um trecho da Marginal Pinheiros para o plantio e manutenção de árvores e arbustos em seus canteiros, transformando-os em um jardim. Todo o trabalho é realizado por bolsistas do Programa Emergencial de Auxílio Desemprego.



Projeto Pomar

Governo e Sociedade

O relacionamento da MAPFRE com o governo e a sociedade é pautado pelos princípios:

1. **Atuação Integrada com o Poder Público e a Sociedade;**
2. **Fomento ao Desenvolvimento Sustentável;**
3. **Ética e Transparência;**
4. **Compromisso com a Inserção Social.**

A seguir, apresentamos como estes princípios estão presentes nas práticas da MAPFRE.

Atuação Integrada com o Poder Público e a Sociedade

Para ampliar o alcance das melhorias sociais e econômicas promovidas pela atuação do Grupo MAPFRE, é necessário coordenar atividades em diversas áreas. Com este objetivo, o Grupo procura estabelecer parcerias com organizações governamentais, privadas e do terceiro setor, de modo a reunir competências que proporcionem efetivas contribuições para o desenvolvimento sustentável do setor de seguros. A seguir, são apresentados alguns exemplos do trabalho desenvolvido pela MAPFRE em associações e grupos de trabalho.

Grupos de Trabalho e Associações	Papel da MAPFRE	Cargos dos Colaboradores da MAPFRE que Representam a Associação
Life Office Management Association (LOMA), com sede em Atlanta, nos Estados Unidos	Participar mundialmente do desenvolvimento de Seguros de Vida	Membro do Conselho
Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados e de Capitalização (FENASEG)	Contribuir para o ordenamento do Mercado de Seguros Nacional, com definição de políticas, práticas e ações que preservem os interesses das Seguradoras e agregue valores à Sociedade Brasileira	Vice-Presidente de Relações Institucionais Diretor Presidente do Grupo MAPFRE
Sindicato das Empresas de Seguros Privados e de Capitalização nos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Paraná, Santa Catarina, Minas Gerais e Pernambuco (SINDSEG)		Vice-Presidente de Relações Institucionais Vice-Presidente Administrativo Diretor Territorial Porto Alegre Diretor Geral Territorial Diretor Territorial Santa Catarina
Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FENAPREVI)	Contribuir para o Mercado de Vida e Previdência	Diretor Presidente do Grupo MAPFRE
Federação Nacional de Seguros Gerais (FENSEG)	Contribuir para o Mercado de Seguros Gerais	Vice-Presidente de Relações Institucionais
Academia Nacional de Seguros e Previdência (ANSP)	A MAPFRE é sócia mantenedora da ANSP e o seu papel é contribuir para que a ANSP realize todos os seus projetos voltados para as Instituições do Seguro	Vice-Presidente de Relações Institucionais
Fundação Escola Nacional de Seguros (FUNENSEG)	Contribuir para o desenvolvimento da entidade, de maneira que ela efetive os seus projetos aprovados pelo Conselho de Administração.	Vice-Presidente de Relações Institucionais
Sociedade Brasileira de Ciências do Seguro (SBCS)		
Câmara de Comércio Argentino Brasileira	Contribuir para o desenvolvimento da organização, buscando oportunidades e sinergia de negócios.	Vice-Presidente de Relações Institucionais
Associação Comercial e Industrial de Florianópolis e Blumenau		Diretor Territorial Santa Catarina
Instituto São Paulo contra a Violência (Disque denúncia)	A MAPFRE é mantenedora do Instituto, contribuindo para a realização dos seus projetos.	Vice-Presidente de Relações Institucionais
Associação Brasileira de Serviços de Assistência (ABESA)	Contribuir para o desenvolvimento da Associação, apoiando os seus projetos.	Diretor Central de Relacionamento
Associação Brasileira de Gerência de Riscos (ABGR)	Contribuir para o desenvolvimento de ações, apoiando os seus projetos.	Não tem representante específico
Associação Brasileira de Prevenção e Controle de Emergências Ambientais (ABPCEA)	Coordenar as atividades da diretoria de análise de riscos, o que é feito pela direção do ITSEMAP do Brasil.	Não tem representante específico
Associação Brasileira de Higienistas Ocupacionais (ABHO)	A MAPFRE é apoiadora e colaboradora da Associação.	Não tem representante específico
Associação Brasileira de Medicina de Tráfego (ABRAMET)	Contribuir para o Núcleo de Pesquisa em Segurança Viária. O objetivo é desenvolver apoio científico e prestar serviços ligados às áreas de segurança e medicina de tráfego.	Diretor Cesvi Brasil
Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT)	Auxiliar nos trabalhos técnicos e receber informações de novas normas brasileiras com maior agilidade.	Não tem representante específico
Associação Brasileira de Engenharia Automotiva (AEA)	Participar de discussões técnicas sobre temas automotivos, promovidas pela Associação, e das comissões técnicas organizadas pela entidade.	Não tem representante específico

A Fundação MAPFRE tem um papel central na formação de redes que ampliem o alcance de seus projetos e impacto social. Um exemplo são as parcerias com as secretarias de Educação dos estados de São Paulo, Maranhão e Rio Grande do Norte para a promoção da cidadania e inserção sociocultural.

A MAPFRE também procura desenvolver atividades junto à Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) e à Secretaria Estadual do Meio Ambiente de São Paulo, para incentivar discussões que envolvam governo, iniciativa privada e terceiro setor em temas ambientais relevantes para o desenvolvimento econômico.

Já a NOSSA CAIXA MAPFRE Vida e Previdência, empresa do Grupo MAPFRE, apóia a realização de projetos em conjunto com os três setores em diversos programas e atividades, nas áreas de promoção da cidadania – como o projeto Nossa Cidade e o Escola na Nossa Caixa –, de assistência social – III Campanha “Doe Um Brinquedo e Faça Uma Criança Sorrir” –, de inclusão social – como o projeto Velho Amigo “Les Chefs & Décors” e os Jogos Regionais do Idoso (JORI), ambos para idosos.

Conheça todas as iniciativas e parcerias da Fundação MAPFRE no capítulo “Parceiros da Fundação MAPFRE/ Grupo MAPFRE”.



Bolsista premiada com publicação de pesquisa

Fomento ao Desenvolvimento Sustentável

A MAPFRE acredita que importantes transformações só se viabilizam pela mobilização da sociedade de forma integrada. Neste sentido, a empresa busca parcerias por meio do diálogo com lideranças empresariais, governamentais e da sociedade civil organizada, além de mobilizar seu próprio corpo técnico especializado para auxiliar na regulamentação do setor de gestão de riscos e seguros e na promoção de fóruns para discussão de temas ligados ao desenvolvimento sustentável. Além disso, atua na promoção de segurança viária e em ações de inclusão social por meio da difusão do conhecimento.

Promoção de Fóruns de Discussão

Uma das linhas promovidas pela MAPFRE com seus parceiros de negócio é o desenvolvimento de um amplo e permanente fórum de discussão e busca de soluções para questões ambientais por meio de seminários, encontros técnicos e a promoção de campanhas de conscientização. Assim, busca-se a aproximação com os três setores da sociedade em torno de temas relevantes para o desenvolvimento sustentável do País.

Geração de Conhecimento para o Setor de Seguros

Para estimular a geração de conhecimentos que possam auxiliar na prevenção e redução de riscos, são oferecidas bolsas a estudantes e especialistas. Um exemplo dos resultados desse tipo de ação é a produção bibliográfica inovadora, sobre conceitos de responsabilidade social no mercado de seguros, elaborada a partir de pesquisa financiada pela MAPFRE.



Sustentação a Ações para a Segurança Viária

Em adição aos programas de segurança viária coordenados pela Fundação MAPFRE, o Grupo MAPFRE, por meio do Centro de Experimentação e Segurança Viária (CESVI BRASIL), e em parceria com órgãos públicos e entidades da iniciativa privada, realiza estudos, campanhas e participa de fóruns de discussão com o objetivo de promover a segurança viária.

Um exemplo de reconhecimento à importância do trabalho desenvolvido pelo CESVI é o fato de ele integrar o comitê criado pelo governo federal para combater a violência no trânsito.



Mauro César Batista, Vice-Presidente de Relações Institucionais da MAPFRE, o Presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva e José Aurélio Ramalho, diretor executivo do CESVI Brasil, em evento do Comitê Nacional pela Saúde, Segurança e Paz no Trânsito.

Entre as ações realizadas pelo CESVI BRASIL em 2007, destacam-se:

Filme: Orientações Médicas para Fiscalização sem Etilômetro de Condutores Alcoolizados

O objetivo do filme "Orientações Médicas para Fiscalização sem Etilômetro de Condutores Alcoolizados" foi auxiliar o reconhecimento de motoristas suspeitos de dirigir sob efeito de bebidas alcoólicas que se recusam à realização de testes. Este filme foi produzido com embasamento no Código de Trânsito Brasileiro com a colaboração da Polícia Militar Rodoviária do Estado de São Paulo, da SBAIT (Sociedade Brasileira de Atendimento Integrado ao Traumatizado), do Departamento de Ortopedia e Traumatologia e Disciplina de Cirurgia do Trauma (ambos da Faculdade de Medicina da USP), e em parceria com a ABRAMET (Associação Brasileira de Medicina e Tráfego).

Aproximadamente 15 mil policiais das corporações já receberam o filme.

Pesquisa ABS

A Pesquisa ABS avaliou o desempenho do motorista comum em veículos com e sem ABS, a fim de verificar o grau de conhecimento dos participantes sobre esse recurso de segurança ativa.

Foram realizados 338 testes com motoristas comuns, como frenagem em linha reta e desvio de emergência. O estudo demonstrou o quanto a utilização de sistemas de segurança pode evitar ou reduzir o dano do veículo.

Comparativo de Veículos Fora-de-estrada

Os custos de reparo dos veículos fora-de-estrada foram comparados com os das versões convencionais. De acordo com os ensaios de impacto e as análises, o custo total de reparo de um veículo na versão fora-de-estrada pode ter um acréscimo de até 53,77%, dependendo das características do modelo e de sua gama de acessórios. Esse estudo levou em consideração os dados de ensaios de impacto realizados no CESVI.

Avaliação Substituição Parcial Componente Estrutural

Teve como objetivo esclarecer o mercado reparador e segurador quanto à influência do processo de reparo nas características originais de uma peça estrutural, demonstrando a importância da realização da substituição parcial dentro de padrões de qualidade.

O estudo comparou o comportamento de uma peça estrutural (longarina), após três testes de impactos, para analisar suas deformações em algumas situações de reparo.

A pesquisa foi realizada em conjunto com o Centro CESTAR Itália, e ambos os centros avaliaram o mesmo carro, um Peugeot 307, o CESTAR Itália em seu laboratório de teste e o CESVI BRASIL na pista, com ensaios de impacto.

Pesquisa Disponibilidade do ABS

O CESVI fez um levantamento em todos os veículos comercializados no Brasil, nacionais e importados, para conhecer a disponibilidade desse recurso de segurança ativa no mercado brasileiro. Sabendo quais modelos de veículos contam com o sistema ABS, seja de série ou como opção, o consumidor tem mais uma importante referência para a escolha do carro novo. É possível comparar valores, benefícios de cada modelo e identificar as vantagens de contar com um sistema de segurança capaz de salvar vidas em uma situação de emergência.

Ética e Transparência

O relacionamento da MAPFRE com o poder público e a sociedade está fundamentado na ética, na transparência e na responsabilidade. O Grupo tem como princípio estatutário a mutualidade, que o obriga a reverter parte dos lucros às comunidades onde opera. Na concretização deste compromisso, as Fundações MAPFRE coordenam ações realizadas em parceria com organizações da sociedade civil, governo e empresas.

O Código de Conduta e Bons Costumes da MAPFRE também estabelece normas que garantem que as relações internas e externas da empresa sejam marcadas por transparência e ética. Nesse sentido, a empresa promove políticas explícitas de combate à corrupção e à propina, elaborando e executando controles internos específicos, políticas de prevenção e normas e procedimentos de monitoramento para identificação, tratamento e comunicação de operações suspeitas.

Compromisso com a Inserção Social

Programa Cine Maior Idade

“Nós idosos não temos oportunidade para falar o que sentimos. Esta é uma chance única.”

Depoimento de um cidadão da terceira idade da organização Viver é Vencer, participante do Programa Cine Maior Idade

O Programa Cine Maior Idade, iniciativa desenvolvida em parceria com a NOSSA CAIXA MAPFRE Vida e Previdência, promove bem-estar, saúde integral¹ e inserção sociocultural da terceira idade por meio da capacitação de profissionais de saúde e da exibição de filmes criteriosamente selecionados.

Em pesquisa realizada entre os participantes, observou-se que 36% não iam ao cinema havia mais de um ano e que 5% o fizeram pela primeira vez no programa, o que é um índice da inserção sociocultural promovida.



Programa Cine Maior Idade

Circuito Cine Maior Idade

“O Programa Cine Maior Idade é um dos melhores que tive o prazer de conhecer.”

Dr.ª Monica Serra, primeira-dama do estado de São Paulo e Presidente do Fundo de Solidariedade e Desenvolvimento Social e Cultural do Estado de São Paulo

No Dia Nacional do Idoso, uma parceria com o Fundo de Solidariedade e Desenvolvimento Social e Cultural do Estado de São Paulo e das Oficinas Culturais da Terceira Idade permitiu a realização de oficinas sobre temas relevantes de gerontologia após as sessões de cinema, contando com a ilustre visita da primeira-dama do estado, Monica Serra.



Monica Serra fala aos participantes do Circuito Cine Maior Idade

Sessão Especial Cine Maior Idade

A repercussão do Programa Cine Maior Idade ocasionou uma sessão especial em 5 de outubro, com visita do programa Ação, da Rede Globo. Nesse dia, após a projeção do filme, 70 pessoas participaram de oficina de expressão corporal.

Seminário de Gerontologia

Como exemplo de reconhecimento da relevância do Programa Cine Maior Idade, este foi apresentado e debatido durante a X Semana de Gerontologia da PUC, que contou com o apoio da NOSSA CAIXA MAPFRE Vida e Previdência. No evento, realizado na PUC-SP em novembro de 2007, foram discutidos e avaliados os impactos sociais do programa nas organizações sociais envolvidas.



X Semana de Gerontologia

¹ A saúde integral é o estado completo de bem-estar físico, psíquico e social, e não apenas a ausência de enfermidades, segundo a Organização Mundial de Saúde.

Meio Ambiente



Compromisso com o meio ambiente

Ecoeficiência nos Processos

A MAPFRE busca traduzir seu compromisso com a responsabilidade ambiental em ações consistentes que efetivamente reduzam o impacto de suas atividades sobre o meio ambiente. Com este objetivo, a empresa voltou-se para seus processos internos e implantou iniciativas ecoeficientes, ou seja, que resultam simultaneamente em elevação da eficiência – com economia de recursos – e redução de impacto ambiental.

O programa ECO MAPFRE, criado em 2007, representa a consolidação do conjunto dessas iniciativas em busca da ecoeficiência. O primeiro processo certificado com o selo ECO MAPFRE substituiu a emissão em papel por emissão eletrônica de apólices para renovações de seguros de automóveis. Os recursos economizados serão destinados a ações ambientais de educação e formação de público e preservação da mata.

Assim como o ECO MAPFRE, diversas ações são desenvolvidas no âmbito interno da empresa a fim de gerar ecoeficiências. Como exemplo, podem-se citar as iniciativas da área de Compras na troca de parte da frota da empresa por carros movidos a gás natural (GNV), que é menos poluente, e a constante busca por fornecedores que apresentem certificações ambientais.

Melhorias Contínuas

Dentre as diversas mudanças possibilitadas pelo esforço concentrado da empresa em meados de 2007 – a partir dos pontos de melhoria identificados por meio da análise do Balanço Social do Grupo em 2006 – encontra-se o investimento em uma gestão integrada de recursos.

Utilização

A fim de conscientizar os colaboradores sobre as questões ambientais, em 2007 foram realizadas campanhas para racionalizar o consumo de energia e água e para conscientizar os funcionários sobre a importância de diminuir o volume das impressões e priorizar o meio eletrônico, o que amplia a eficiência e reduz o uso de materiais de origem florestal, como o papel. O resultado foi significativo: redução de 17% do uso destes recursos.

Os principais materiais utilizados pela MAPFRE em 2007 são: papel (37.983.955 unidades); veículos (60 unidades); móveis (2.239 unidades); brindes (186.590 unidades); informática (4.259 unidades).

Descarte

Mesmo depois de sua utilização, a empresa é responsável pelos materiais e equipamentos dispensados. Por essa razão, dá-se especial atenção ao descarte na gestão integrada de recursos. Como exemplo disto, pode-se elencar a destinação dos papéis e documentos usados à reciclagem e o encaminhamento dos computadores em condições de uso a instituições assistenciais.

Em outro exemplo do esforço continuado do Grupo em incorporar melhorias, também em 2007, o ITSEMAP do Brasil, empresa do Grupo MAPFRE, elaborou um Manual da Qualidade, que está em processo de implantação. O documento tem a finalidade de aprimorar permanentemente as ações do Grupo, buscando o crescimento contínuo da empresa e de seus colaboradores, fruto de sua política de fidelização de clientes e parceiros.



Fomento à Discussão e Disseminação da Cultura Ambiental

Transformações efetivas na sociedade resultam de um processo de informação, debate e reflexão, chegando até o envolvimento dos agentes da mudança.

Informação: Além da publicação da *Revista de Gerência de Riscos*, dirigida aos principais líderes em gestão de risco de empresas parceiras da MAPFRE, investe-se na realização de seminários sobre gestão de risco, saúde e meio ambiente, que, sob a coordenação da Fundação MAPFRE, reúnem governo, empresas e sociedade civil organizada para disseminar informações relevantes ao desenvolvimento econômico sustentável. Em 2007, discutiu-se o tema “Créditos de carbono”.

Discussão: A fim de promover um amplo fórum de discussão técnico-empresarial, os encontros técnicos aproximam especialistas em gestão de risco, saúde e meio ambiente para aprofundar a discussão sobre estes temas e propor alternativas efetivas, organizadas em documentos que são distribuídos aos poderes Legislativo e Executivo, ONGs e empresas.

Envolvimento: Por fim, a Fundação MAPFRE subsidia pesquisa acadêmica para produção de conhecimento na área de meio ambiente por meio da concessão de bolsas a estudantes do ensino superior e de pós-graduação.

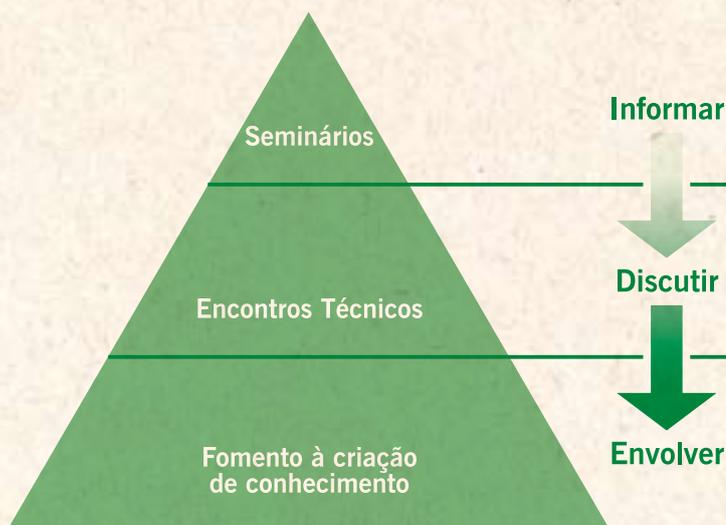


Seminário sobre Créditos de Carbono

Análise e Gerenciamento de Riscos Ambientais

Em 2007, o Grupo MAPFRE, por meio do ITSEMAP do Brasil, ampliou suas atividades em gestão de riscos e meio ambiente, contribuindo para a prevenção de acidentes ambientais e, conseqüentemente, para a qualidade de vida e a saúde humana.

Dentre as atividades efetuadas, destacam-se os estudos técnicos de assessoria empresarial e estratégica na área ambiental – como os realizados sobre riscos de contaminação em terminais marítimos do porto de Santos (SP), em Cubatão (SP) e em aterros sanitários na Grande São Paulo – e o desenvolvimento de Planos de Emergência, para setores como o de transportes e o de grandes construções e para gerenciamento de produtos químicos.



Em 2007, como resultado da parceria com o governo de São Paulo no Projeto Pomar, a MAPFRE “adotou” um trecho da Marginal Pinheiros para o plantio e a manutenção de árvores e arbustos em seus canteiros.



Relatório de Desempenho Econômico

O crescimento empresarial e patrimonial sustentável somente torna-se possível quando a empresa compartilha seus resultados.

Crescimento empresarial e patrimonial compõe os cinco valores do Grupo MAPFRE e o capítulo **Relatório de Desempenho Econômico** apresentará sua aplicação prática.

Segurança para o Desenvolvimento Econômico Sustentável



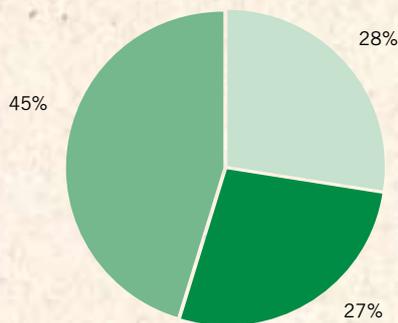
A minimização de riscos sociais, econômicos e ambientais é a principal contribuição da MAPFRE para o crescimento econômico sustentável. Em 2007, a renda gerada (R\$ 3,17 bilhões) foi 12% superior ao ano anterior, refletindo o avanço das operações da empresa no provimento de maior segurança ao crescimento da economia brasileira.

Este resultado possibilita o reinvestimento dos lucros e a geração de empregos diretos e indiretos ao longo de toda a cadeia produtiva. Ao todo, o valor adicionado à disposição da MAPFRE somou R\$ 557,47 milhões, distribuído aos principais grupos da sociedade conforme indica o Demonstrativo de Valor Adicionado.

RECONHECIMENTO

Em 2007, a MAPFRE foi eleita como uma das 20 empresas com as melhores práticas de Responsabilidade Social Empresarial no Brasil pelo Guia de Sustentabilidade da revista Exame.

Distribuição do Valor Adicionado à Disposição da MAPFRE (em%)



2007		
Legenda	Em mil R\$	%
Remuneração do trabalho	(151.481)	27%
Remuneração do governo	(251.406)	45%
Valor retido	(154.583)	28%
Total	(557.470)	100,00%

Demonstração Consolidada do Valor Adicionado [em R\$ mil]

	2007	2006	Variação
Receita total com IOF (riqueza gerada)	3.167.281	2.828.071	12%
De Prêmios de Seguros + Receitas Operacionais de Seguros	2.952.972	2.658.352	
De Planos Previdenciários	87.634	83.218	
(-) Cessões e Repasses p/Congêneres	[276.213]	[263.090]	
(+) Receitas s/Aplicações Financeiras	287.309	245.631	
(+) IOF (sobre Prêmios de Seguros)	115.579	103.960	
Custos e devoluções de atividade	[1.343.713]	[1.183.973]	13,5%
Custo Final da Preservação da Riqueza Segurada (Sinistros Líquidos)	[1.247.155]	[1.120.341]	
Benefícios Pagos e Resgates + Remuneração Complementar aos Planos Previdenciários (Excedente Financeiro)	[96.558]	[63.632]	
Aumento das reservas e da poupança acumulada	[290.378]	[274.054]	6,0%
Aumento das Reservas para Preservação da Riqueza Segurada	[258.513]	[235.199]	
Acumulação das Reservas dos Planos Previdenciários	[31.865]	[38.855]	
Valor adicionado bruto	1.533.190	1.370.044	11,9%
Custo do valor adicionado	[979.185]	[937.445]	4,5%
(-) Comissões Pagas aos Corretores	[684.638]	[588.748]	
(-) Marketing	[3.032]	[1.920]	
(-) Serviços Contratados de Terceiros	[50.965]	[47.248]	
(-) Despesas Gerais	[240.550]	[299.529]	
Valor adicionado por terceiros	3.465	84	4.025
Resultado Não Operacional	2.325	84	
Valor Adicionado Recebido em Transferência	1.140	-	
Valor adicionado à disposição da MAPFRE	557.470	432.683	28,8%
Distribuição do valor adicionado à disposição da MAPFRE			
Remuneração do trabalho	[151.481]	[129.368]	17,1%
Remunerações	[93.017]	[78.816]	
Encargos Sociais	[28.576]	[24.057]	
Benefícios	[29.888]	[26.495]	
Remuneração do governo	[251.406]	[216.401]	16,2%
Tributos e Contribuições	[99.333]	[80.609]	
PIS	[10.413]	[8.748]	
COFINS	[64.517]	[51.595]	
CPMF	[12.198]	[9.903]	
CSLL	[12.205]	[10.363]	
Impostos e Taxas	[152.073]	[135.792]	
IRPJ	[31.829]	[28.323]	
IOF (sobre Prêmios de Seguros)	[115.579]	[103.960]	
Outros	[4.665]	[3.509]	
Valor retido	[154.583]	[86.914]	77,9%
Incorporação ao Patrimônio Líquido (*)	[154.583]	[86.914]	
Total distribuído do valor adicionado	[557.470]	[432.683]	28,8%

(*) Considerou-se a participação de acionistas minoritários

Investimento no Colaborador

Em 2007, a MAPFRE remunerou o governo – por meio do pagamento de tributos, contribuições, impostos e taxas – em mais de R\$ 250 milhões e reteve do valor total R\$ 154,58 milhões, que foram incorporados ao Patrimônio Líquido. Também neste ano, a MAPFRE direcionou mais de R\$ 150 milhões aos colaboradores na forma de remunerações, encargos, previdência privada, assistência médica, assistência odontológica, programas de fomento à qualidade de vida e investimento em desenvolvimento profissional.



Entrega do prêmio
E-Learning Brasil 2007/2008

Investimento Social

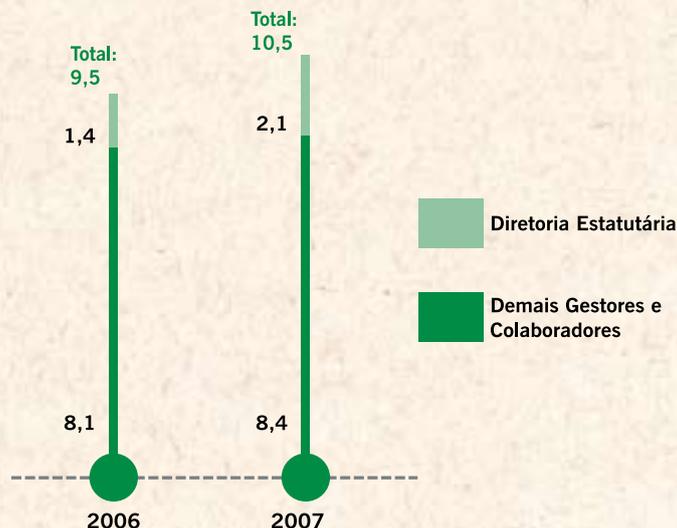
Durante o ano de 2007, o Grupo MAPFRE consolidou suas ações em Responsabilidade Social Empresarial especialmente nas áreas de prevenção de acidentes e meio ambiente, reforçando a importância do investimento em práticas sustentáveis para o desenvolvimento socioeconômico no Brasil.

Para atingir este resultado, a MAPFRE e a Fundação MAPFRE estabeleceram sólidas parcerias com o poder público, empresas e entidades do terceiro setor a fim de desenvolver atividades pelo fomento à educação, cultura, preservação do meio ambiente e cidadania. Os investimentos sociais em cultura, por exemplo, somaram cerca de R\$ 1,7 milhões em 2007.

Em linha com seu compromisso de estimular o desenvolvimento sustentável no mercado em que atua, a MAPFRE contribui para associações de relevância do setor de seguros, como a Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FENAPREVI), na qual o Presidente da MAPFRE, Antonio Cássio dos Santos, ocupa o cargo de presidente.

Programa de Participação nos Lucros e Resultados (PLR)

Valores em milhões de R\$



Neste ano, o investimento no desenvolvimento profissional dos colaboradores da MAPFRE foi elevado em 25%, totalizando R\$ 1,34 milhões. Como exemplo do sucesso desse investimento, pode-se citar o portal Aprendendo a Aprender, que recebeu o Prêmio E-Learning Brasil 2007/2008.



Fundação MAPFRE

Para servir à sociedade e influenciar positivamente o desenvolvimento social das comunidades em que atua, a empresa deve dispor de mecanismos que lhe permitam planejar e estruturar suas ações de **responsabilidade social** no longo prazo.

As práticas de **responsabilidade social**, um dos cinco valores da MAPFRE, são demonstradas no capítulo **Fundação MAPFRE**.

“Eu posso contribuir apenas com uma gota de água para o oceano mas, com a minha gota, ele jamais será o mesmo.”

Madre Teresa de Calcutá

Fomentar a cidadania, a educação e o desenvolvimento econômico sustentável no Brasil. Estes são os grandes objetivos das ações lideradas pela Fundação MAPFRE.

As iniciativas coordenadas pela Fundação são divididas em cinco focos – Prevenção de Acidentes; Arte e Cultura; Formação e Difusão da Cultura de Seguros; Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente; e Ação Social – e seguem as diretrizes apresentadas a seguir.



Destaque

Em 2007, destaca-se a criação do Programa Na Pista Certa, inspirado em experiência bem-sucedida da MAPFRE Espanha, com resultados consideráveis na redução de acidentes de trânsito. O programa ensina a crianças o respeito à sinalização e às normas de trânsito, além de relacionar a segurança viária a temas como meio ambiente e inclusão social.

Relatório de Realizações

Prevenção de Acidentes

O Grupo MAPFRE direciona grande parte de seus esforços à prevenção de acidentes automobilísticos, **uma vez que, como seguradora, sua cadeia produtiva é direcionada à redução dos riscos aos cidadãos e organizações.**

As iniciativas para a redução do número de acidentes têm como estratégia a difusão da cultura da prevenção e a conscientização de motoristas e pedestres com relação a suas responsabilidades cívicas no trânsito.

Programa Educação Viária é Vital



Incentivar alunos da rede pública de ensino a criar soluções para problemas de trânsito enfrentados na cidade. Este é o objetivo do Programa Educação Viária é Vital.

O programa, que envolveu mais de 3 milhões de alunos até 2007, é coordenado pela Fundação MAPFRE em parceria com as Secretarias de Educação dos estados de São Paulo, Maranhão e Rio Grande do Norte, a Secretaria Municipal de Educação e a Prefeitura de São Luís, e a Alumar/Alcoa.

	Locais	Escolas	Educadores	Alunos
2004	SP	1.223	12.115	417.982
2005	SP	3.122	41.337	1.461.167
2006	SP	1.447	24.915	822.209
	MA	14	115	13.220
2007	SP	1.517	19.164	560.721
	MA	36	90	26.843
	RN	25	201	10.667
TOTAL		7.384	97.937	3.312.809

A expansão em 2007 do Programa Educação Viária é Vital possibilitou que as escolas do Rio Grande do Norte também tenham acesso às suas atividades. Com isso, a Fundação MAPFRE amplia o seu compromisso de investir em educação e cultura como forma de desenvolvimento e integração nacional.

A Escola Estadual Hortência Quintino de Faria Botelho, da cidade de Mongaguá, litoral de São Paulo, em 2007, foi mais uma vez premiada no Programa Educação Viária é Vital, totalizando três premiações da Fundação MAPFRE pelo trabalho desempenhado com os alunos dos ensinos fundamental e médio junto à comunidade.

O incentivo dado pelo programa fez com que os jovens se mobilizassem para a construção de uma ciclovia às margens da rodovia Manoel da Nóbrega, a fim de diminuir o alto índice de atropelamentos de pedestres na região.



Marco de inauguração da ciclovia em Mongaguá, SP

“Estima-se que as ações de conscientização viária promovidas pela escola fizeram com que quase 80% da população mongaguense passasse a reconhecer a importância da segurança no trânsito”, afirma João Martins dos Santos, Secretário dos Transportes de Mongaguá.

Em 2007, a atuação da MAPFRE na prevenção de acidentes foi destaque no Guia de Sustentabilidade da revista Exame, que elegeu a empresa como uma das 20 empresas com as melhores práticas de Responsabilidade Social Empresarial no Brasil.

Programa Na Pista Certa

Lançado em março de 2007 em cerimônia no parque do Ibirapuera, o Programa Na Pista Certa é resultado da coordenação da Fundação MAPFRE e o apoio da Secretaria de Estado de Educação de São Paulo, Secretaria Municipal do Verde e do Meio Ambiente de São Paulo (SVMA), Companhia de Engenharia de Tráfego (CET), Empresa de Urbanização de São Paulo (EMURB), Centro de Experimentação e Segurança Viária (CESVI BRASIL), ITSEMAP do Brasil – Serviços Tecnológicos MAPFRE e Volkswagen Caminhões e Ônibus.

Alinhado aos objetivos do Programa Educação Viária é Vital, o Programa Na Pista Certa, que desde seu lançamento atendeu mais de 5 mil crianças de seis a 12 anos, proporciona vivências lúdicas e pedagógicas em um espaço cenográfico com estrutura modular e itinerante. Monitores treinados apresentam conteúdos de segurança viária e valores como o respeito ao próximo e ao meio ambiente.

Projeto Na Pista Certa



I Congresso de Segurança Viária

A MAPFRE Brasil participou do I Congresso de Segurança Viária da Fundação MAPFRE Espanha, realizado de 15 a 18 de maio em Cartagena de Índias, na Colômbia. As ações realizadas nos países latino-americanos foram apresentadas e autoridades do setor debateram campanhas de segurança no trânsito e soluções que dão certo em suas nações de origem.

Campanha MAPFRE de Segurança Viária

Na Semana Mundial das Vítimas de Acidentes de Trânsito promovida pela Organização das Nações Unidas (ONU), a Campanha MAPFRE de Segurança Viária lançou uma mensagem de reflexão para toda a sociedade, ressaltando a segurança viária e sua influência na vida de uma pessoa que pode se envolver num acidente de trânsito. Com o tema “Viva para cumpri-lo”, foram 3,7 milhões de acessos à campanha por meio de websites comumente freqüentados por jovens.



O AMANHÃ É HOJE

A Fundação MAPFRE promove uma série de projetos e iniciativas que visam a redução do número de acidentes e suas conseqüências. No Brasil, anualmente, cerca de 35.000 pessoas são vítimas fatais no trânsito. E 120.000 vivem com seqüelas para o resto de suas vidas. Por isso, não deixe seu futuro quase acontecer. Dirija com responsabilidade.

Fundação MAPFRE pelas Vítimas de Acidentes de Trânsito

Fundação **MAPFRE** BRASIL

Campanha MAPFRE de Segurança Viária



Check-up Móvel de Veículos

Com o intuito de fomentar a segurança no trânsito e a redução dos impactos ambientais de veículos em uso, a Fundação MAPFRE promove desde 2002 a inspeção gratuita de 40 itens de segurança e risco ambiental de veículos por meio de vans adaptadas com equipamentos de alta tecnologia. As equipes móveis de *check-up* realizaram, entre 2002 e 2007, 11.228 atendimentos em 63 localidades. Como resultado, constatou-se que 70% dos veículos analisados e ajustados estavam fora dos padrões de segurança e de emissão de gases. O dado evidencia a importância para a segurança no trânsito do mapeamento regular gratuito das condições de conservação da frota nacional de veículos de passeio.



Check-up Móvel de Veículos

Cenário Móvel

Com o objetivo de chamar a atenção de motoristas e pedestres às conseqüências do consumo de bebidas alcoólicas associado à direção, o Cenário Móvel simula, nos principais cruzamentos da cidade de São Paulo, um veículo acidentado, com um boneco representando o motorista no momento do resgate. O projeto, resultado de uma parceria com a prefeitura de São Paulo e a CET, já foi visto por 1 milhão de pessoas desde sua criação em 2003.



Cenário Móvel

Formação e Difusão da Cultura de Seguros

Em sua linha de atuação Formação e Difusão da Cultura de Seguros, a Fundação MAPFRE oferece subsídio à criação de conhecimento nas áreas de Saúde e qualidade de vida, Meio ambiente, Seguros, Gerenciamento de riscos e Prevenção de acidentes.

Bolsas de Auxílio à Pesquisa MAPFRE-USP

A Fundação MAPFRE concede anualmente bolsas de pesquisa a graduados e pós-graduados da Universidade de São Paulo (USP), nas seguintes áreas: Higiene industrial e ergonômica; Riscos ambientais; Educação para prevenção de riscos; Comunicação de riscos ambientais; Prevenção de incêndio; Segurança viária; Prevenção e gerenciamento de riscos; e Segurança no trabalho.



Bolsistas e professores premiados com Bolsas de Auxílio à Pesquisa MAPFRE-USP

Os projetos contemplados em 2007 abordaram temas ligados às áreas de Riscos ambientais e Prevenção e gerenciamento de riscos e seus autores foram reconhecidos em outubro em cerimônia realizada no *campus* da Universidade de São Paulo.

Ganhador (1º LUGAR): Paula da Silva Kujbida

Tema: Desenvolvimento de Métodos Analíticos Para Monitoramento de Neurotoxinas Produzidas por Cianobactérias em Reservatórios de Água e Lagos do Brasil

Instituição: Faculdade de Ciências Farmacêuticas (USP)

Ganhador (2º LUGAR): Glauce Regina Costa de Almeida

Tema: Utilização de Biomarcadores de dose Interna para determinação de Chumbo e sua Correlação com Anemia e Polimorfismos Genéticos

Instituição: Faculdade de Odontologia de Ribeirão Preto (USP)

Menção Honrosa (3º LUGAR): Milton Ferreira de Moraes

Tema: Variação Genotípica no Acúmulo de Micronutrientes e de Cádmio em Cultivares de Arroz de Terras Altas

Instituição: Cena (USP)



Menção Honrosa (4º LUGAR): Paulo Ricardo Ilha Jiquiriçá

Tema: Anfíbios Como Sistema de Bioindicação para Contaminação de Ambientes Aquáticos por Fertilizantes no Brasil

Instituição: USP Leste

Menção Honrosa (5º LUGAR): Maria Ligia de Souza Silva

Tema: Avaliação dos Teores de Minerais e Metais Pesados na Cultura da Batata, Cenoura e Mandioquinha

Instituição: Cena (USP)

Menção Honrosa (6º LUGAR): Raul Bonne Hernández

Tema: Especificação, Distribuição e Avaliação do Potencial Toxicológico dos Metais Presentes na Baixada Santista do Estado de São Paulo

Instituição: Instituto de Química (USP)

Bolsas MAPFRE de Auxílio à Pesquisa

Três outras bolsas de estudo são oferecidas a graduados e pós-graduados de instituições de ensino de todo Brasil. Um comitê selecionou projetos a partir de critérios como inovação e adequação aos temas propostos e, em 2007, elegeu trabalhos com os temas nas seguintes áreas: Gerenciamento de riscos; Meio ambiente; Segurança no trabalho e Higiene ocupacional.

Área: Gerenciamento de riscos

Autor: **Leonardo de Oliveira Licks**

Projeto: Identificar a efetividade da governança da tecnologia da informação na redução de riscos

Local: Porto Alegre (RS)

Área: Meio ambiente

Autor: **Andréia Marcelina Silva**

Projeto: Educação ambiental: projeto de prevenção à poluição com crianças da quarta série do Ensino Fundamental

Local: Campo Belo (MG)

Área: Segurança no trabalho e Higiene ocupacional

Autor: **Daniela Santos Felizardo**

Projeto: Processo de trabalho e acidentes do trabalho em coletores de lixo domiciliar em BH, regional Barreiro: determinantes para a ocorrência de lesões neste grupo

Local: Belo Horizonte (MG)

Bolsa Risco e Seguro

A Fundação MAPFRE Espanha oferece oito bolsas anuais para pesquisas relacionadas à área de Risco e seguro. Uma delas resultou no 113º livro da coleção “Cadernos da Fundação”, intitulado *Responsabilidade Social Empresarial no Mercado de Seguros Brasileiro: Influências Culturais e Implicações Relacionais*, de autoria da bolsista brasileira Therezinha Vollú da Silva Filha.



Livro de bolsista do programa *Bolsa Risco e Seguro*

Apoio à divulgação de oportunidades de crescimento profissional na Espanha



Cartaz de divulgação das bolsas na Espanha

A Fundação MAPFRE do Brasil concede apoio à divulgação de prêmios e bolsas de oportunidades oferecidas pela Fundação MAPFRE Espanha a fim de potencializar o acesso dos cidadãos brasileiros a estas oportunidades de crescimento profissional.

Em 2007, foram € 935 mil em prêmios para projetos de destaque apresentados por profissionais e instituições e em apoio financeiro a pesquisas de estudantes, acadêmicos e profissionais da Espanha, de Portugal e dos países ibero-americanos.

Além disso, a Fundação apóia a disseminação no Brasil das oportunidades de realização de dois cursos de especialização na Espanha, um para temas relativos à Segurança e risco e outro para especialização em Higiene industrial, Prevenção de incêndio e Acidentes de trabalho, Proteção ambiental e Ergonomia.

Ayudas a la investigación 2007

Área: Seguros

Autores: **William Moreira Lima** e **Helio dos Santos Migon**

Trabalho: Avaliação das provisões de sinistros de uma seguradora sob o enfoque das novas regras de solvência do Brasil

Instituição: Universidade Federal do Rio de Janeiro. Instituto de Matemática.

Área: Prevención y Medio Ambiente

Autor: **Bruno Almozara Aranha**

Trabalho: Valoración de áreas naturales y evaluación de los costes de restauración forestal de Brasil

Instituição: Universidade Estadual de Campinas. Brasil

Beca Ignacio Hernando de Larramendi 2007

Área: SALUD - Calidad y Seguridad Clínica de los Pacientes

Autora: **Renata Daud Galloti**

Instituição: Hospital das Clínicas. Universidade de São Paulo - Brasil

Trabalho: Segurança do paciente em unidade de terapia intensiva: estudo prospectivo dos incidentes eventos adversos em dois hospitais universitários brasileiros

Arte e Cultura

Na linha de atuação Arte e Cultura, a Fundação MAPFRE coordena iniciativas que contribuem para a formação de cidadãos e de democratização do acesso à cultura.

Programa Cine-Educação na Cinemateca Brasileira

O Programa Cine-Educação, elaborado pela Fundação MAPFRE em parceria com a Cinemateca Brasileira e a Secretaria de Estado de Educação de São Paulo, apresenta o cinema como instrumento complementar do trabalho pedagógico desenvolvido pelo professor.



Programa Cine-Educação na Cinemateca Brasileira

Neste sentido, o programa oferece capacitação a professores da rede pública de ensino do estado de São Paulo e projeções de filmes criteriosamente selecionados. Desta forma, busca formar público de cinema e também contribuir para o desenvolvimento da capacidade crítica dos cidadãos, por meio de atividades que envolvem análise, discussão e posicionamento diante de conteúdo audiovisual.

O lançamento da edição de 2007 do Programa Cine-Educação foi marcado pela realização do debate “O papel da cultura na formação dos cidadãos”, com a presença de produtores culturais, educadores e estudiosos de cinema. Foram apresentadas diferentes visões, procurando-se refletir sobre como trazer o acesso à cultura ao primeiro plano da educação, inclusive nos processos de avaliação.

Na programação de 2007, destaca-se a estréia do filme de Cao Hambúrguer indicado ao Oscar, “O ano em que meus pais saíram de férias”.

Programa Cine-Educação (estudantes beneficiados)



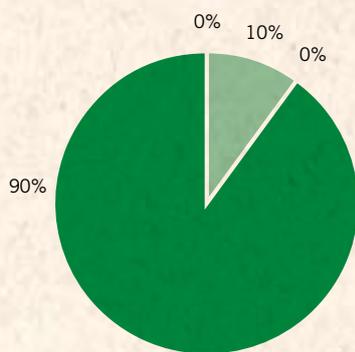
Mensuração de Impactos Sociais

Em seu quarto ano de realização, o Programa Cine-Educação consolidou-se não apenas por seus resultados quantitativos, mas sobretudo levando-se em conta seu impacto cultural e educacional. Isso porque o programa busca proporcionar benefícios que extrapolem o prazer de assistir a uma sessão de cinema e também contribuam, por meio da experiência cinematográfica, para a formação educativa e cultural dos cidadãos.

A partir de 2007, a metodologia de avaliação de resultados do programa foi aperfeiçoada, com o desenvolvimento de pesquisas realizadas com cada público diretamente interessado: alunos, professores, coordenadores pedagógicos e dirigentes escolares.

Em complemento a este esforço de medição de impacto social, realizou-se em 2007 uma consulta pública a fim de avaliar a eficiência do programa, fortalecendo a relação de respeito e transparência com os públicos atendidos.

A pesquisa com professores, por exemplo, concluiu que a grande maioria dos professores almejava utilizar material audiovisual no ensino, sendo que 70% já haviam utilizado filmes no processo de aprendizado dos alunos como uma forma de introduzir temas transversais. No entanto, apenas 20% deles haviam tido acesso a programas que lhes permitissem explorar tais ferramentas, como o Programa Cine-Educação vem propiciando. Por fim, daqueles que tiveram a chance de participar do programa, 90% consideraram o filme selecionado “extremamente adequado”.



Tabulação da questão 3 do questionário para professores:
 “Como o(a) senhor(a) avaliaria o filme utilizado pelo Programa Cine-Educação como ferramenta de abordagem de temas educacionais?”

Extremamente adequado	90%
Adequado	0%
Não adequado	10%
Absolutamente inadequado	0%
Total	100,00%



Entrada da exposição O[s] Cinético[s]

Exposição O[s] Cinético[s] no Instituto Tomie Ohtake

As esculturas se mexem, as imagens iludem, nada parece estar parado!

Assim foi a exposição *O[s] Cinético[s]*, trazida ao Brasil diretamente do Museu Rainha Sofia, de Madri, pelo Instituto Tomie Ohtake, em São Paulo, com o apoio da Fundação MAPFRE. São cerca de 80 obras, de artistas como Salvador Dalí, Marcel Duchamp e Man Ray, entre outros, provenientes de alguns dos mais importantes museus de arte contemporânea do mundo, sendo esta sua única itinerância no Brasil. Até dezembro de 2007, mais de 20 mil pessoas já haviam apreciado a exposição.

Mostra Metrô e Arte do Museu de Arte Sacra de São Paulo

Em parceria com o governo do estado de São Paulo, a mostra *Metrô e Arte* exibiu obras reunidas em temas como “Presépios” (brasileiros e portugueses) e “Iconografia do Sagrado” (um solidéu e dez medalhas) na estação Tiradentes do Metrô, onde circulam 19 mil pessoas diariamente.

Exposição MASP/Metrô

Também em 2007, foi realizada a exposição de obras do acervo do Museu de Arte de São Paulo (MASP) na estação Trianon do Metrô, pela qual passam 37 mil usuários todos os dias. De janeiro a abril, os temas foram as “Paisagens de São Paulo” e, de maio a setembro, foram expostas seis obras da artista Renina Katz.

Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente

A disseminação da consciência sobre gestão de risco, saúde e meio ambiente é fundamental para o desenvolvimento econômico sustentável e seguro. Com isto em vista, a Fundação MAPFRE coordena fóruns de discussão técnico-empresariais sobre questões importantes para as empresas e a sociedade em geral.

Fórum de Gestão de Risco e Meio ambiente

Em continuidade ao programa de seminários e fóruns de discussão de assuntos ambientais que impactam no desenvolvimento econômico, em 2007 a Fundação MAPFRE realizou dois eventos:

Seminário de Gestão de Risco no Transporte de Produtos Perigosos

O III Seminário MAPFRE de Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente discutiu aspectos preventivos do transporte de produtos perigosos e o planejamento de resposta no caso de acidentes em regiões metropolitanas. O evento, que teve o apoio da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) e da Secretaria de Meio Ambiente do Estado de São Paulo (SMA-SP), contou com a presença de 102 executivos.



Seminário de Gestão de Risco no Transporte de Produtos Perigosos

Encontro Técnico sobre Mecanismos Limpos de Desenvolvimento

Ao reunir executivos de diferentes segmentos econômicos, academia, entidades de terceiro setor e órgãos governamentais nos encontros técnicos, o objetivo da Fundação MAPFRE é aprofundar as discussões instigadas nos seminários e fomentar um amplo fórum de discussão qualificada a respeito do desenvolvimento sustentável do país. O primeiro encontro técnico ocorreu em junho de 2007 e permitiu que seus participantes aprofundassem as discussões do II Seminário da Fundação MAPFRE sobre Mecanismos Limpos de Desenvolvimento.



Encontro Técnico sobre Mecanismos Limpos de Desenvolvimento

Seminário Fundação MAPFRE de Saúde “I Jornada Acadêmica de Cuidados Paliativos – a contribuição da medicina de família”

Inaugurando um novo fórum de discussões e fomento à busca de soluções de problemas críticos para o desenvolvimento social e econômico brasileiro, a Fundação MAPFRE desenvolveu sua primeira iniciativa exclusivamente voltada para a saúde, com a I Jornada Acadêmica de Cuidados Paliativos.

Nesta Jornada, organizada em conjunto com a Sociedade Brasileira de Medicina de Família (Sobramfa), a Fundação MAPFRE reuniu médicos, estudantes, enfermeiras, fisioterapeutas e outros profissionais da área para discutir propostas e medidas de disseminação e implantação de cuidados de saúde em seus aspectos técnicos e humanísticos. A discussão contou com a participação do especialista Dr. Eliaz Díaz Albo Hermida, da Unidad de Cuidados Paliativos de San Camilo de Madrid, Espanha.

Ação Social

“O sentido de responsabilidade social é um dos valores do Grupo MAPFRE. Trata-se de conhecer as atividades assistenciais de que a empresa participa e entender que a criação de uma sociedade melhor depende de todos e começa no ambiente de trabalho com a participação nas atividades culturais e filantrópicas desenvolvidas.”

Cleide Fonseca,

Diretora de Desenvolvimento de Recursos Humanos

Uma sociedade justa e segura só pode ser alcançada com a inserção de grupos e indivíduos não assistidos. Acreditando nisto, a MAPFRE desenvolve programas focados na inclusão social, dentro de sua linha de atuação denominada Ação Social.

Fundo MAPFRE de Ação Social

O Fundo MAPFRE de Ação Social é um relevante instrumento desenvolvido e orientado pela Fundação MAPFRE para enfrentar a questão da inclusão social. O Fundo viabiliza investimentos programados e monitorados em entidades não governamentais que promovem trabalhos de inserção social com crianças e adolescentes.

Para que a entidade seja selecionada como parceira do Fundo MAPFRE de Ação Social, ela deve atender aos seguintes critérios:

- ▶ reconhecimento notório;
- ▶ atendimento a crianças e adolescentes;
- ▶ aprovação do projeto pelo Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente (CMDCA) de São Paulo por meio do FUMCAD;
- ▶ abertura e transparência no acompanhamento das atividades;
- ▶ linhas estruturadas de atuação social e profissionais capacitados.

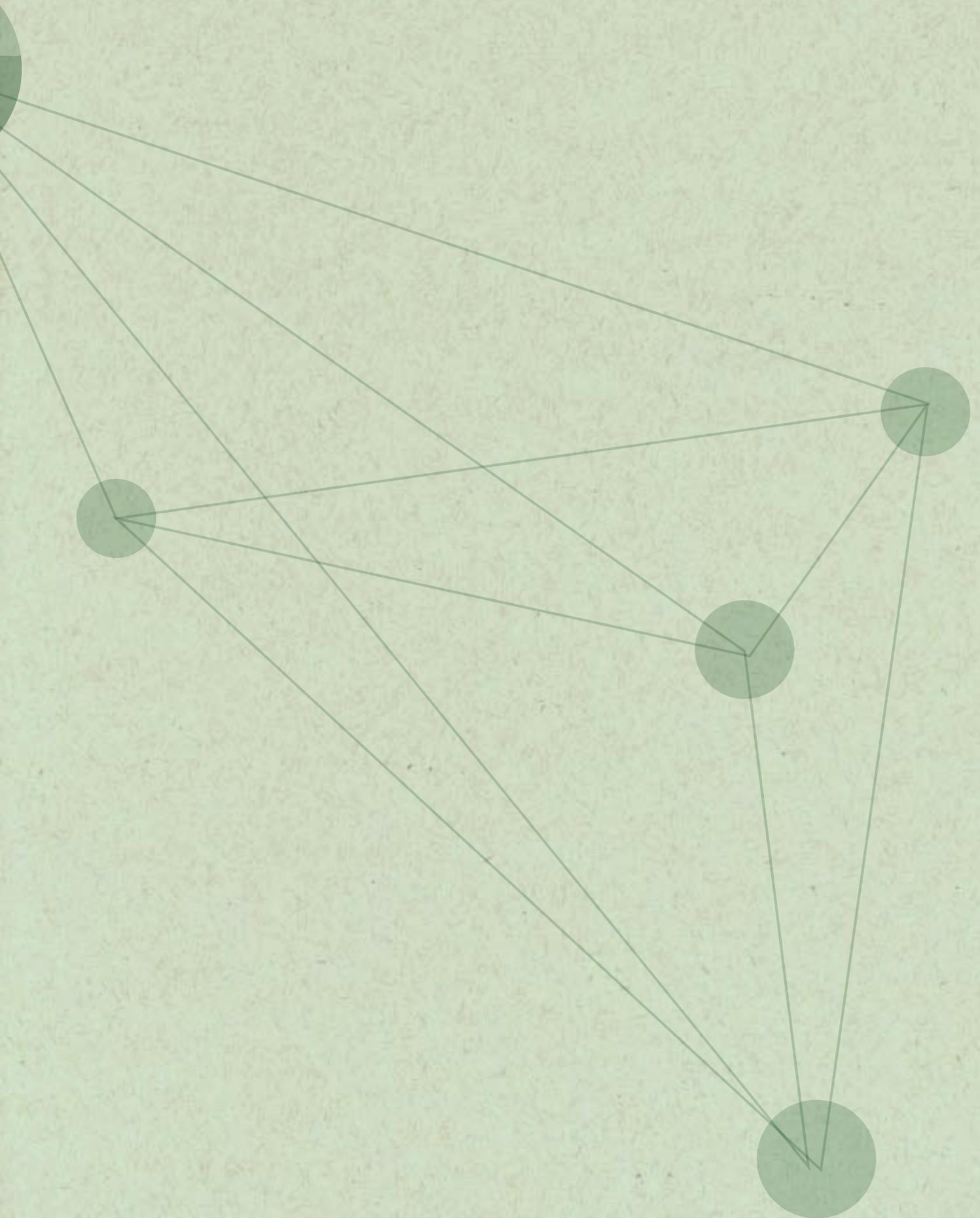
De acordo com esses critérios, foram renovadas pelo segundo ano as parcerias com a Ação Comunitária, Casa Hope, Gotas de Flor com Amor e GRAACC.

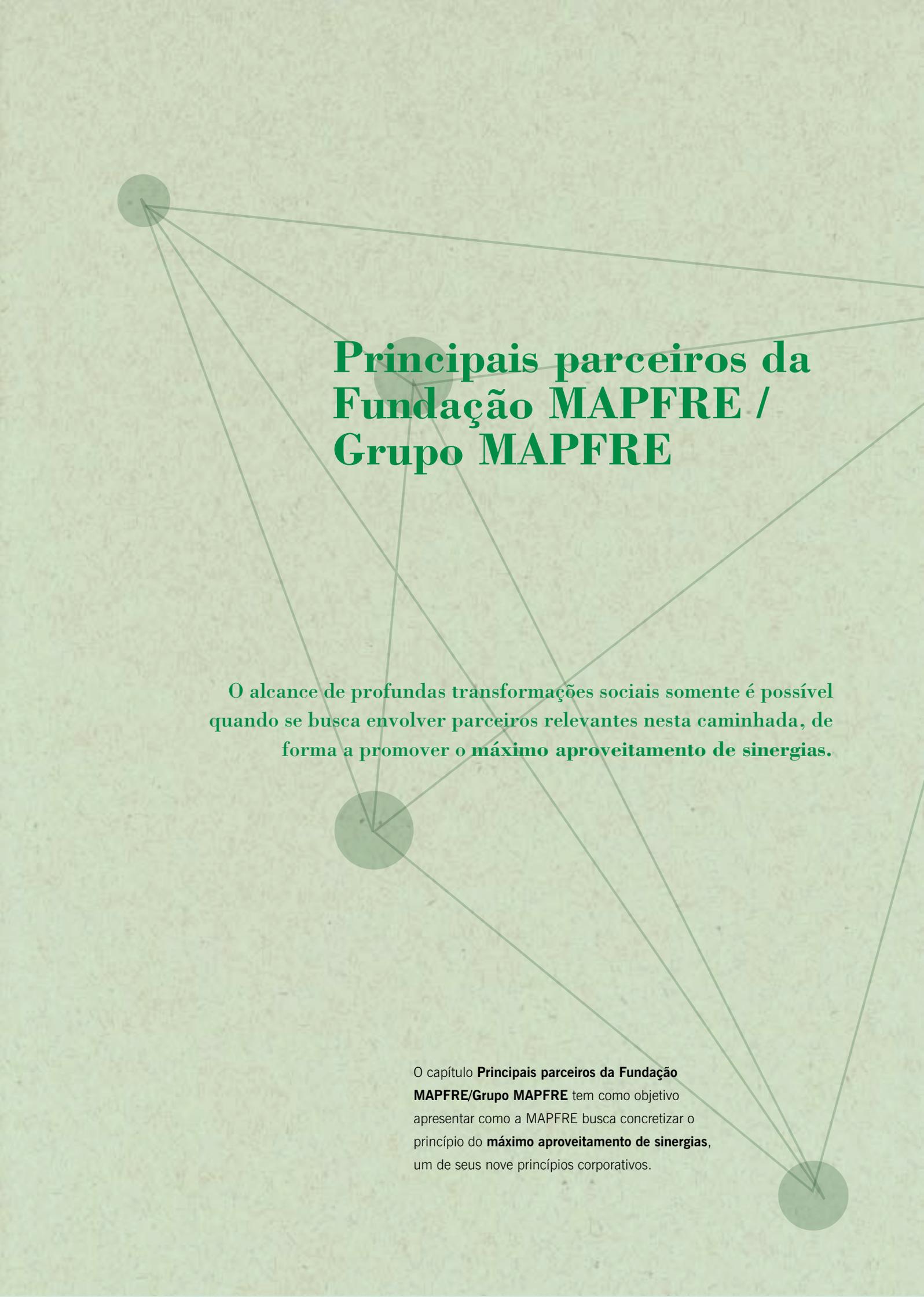
Projetos do Fundo em 2007

- **Projeto Preparação para o Trabalho da ONG Ação Comunitária:** atende jovens entre 15 e 21 anos e tem como meta desenvolver conhecimentos e habilidades que resultem em maiores possibilidades de inserção no mercado de trabalho.
- **Projeto Viver e Aprender da Casa Hope:** busca garantir a continuidade no estudo das crianças que sofrem de câncer.
- **Programa Oficinas recreativas e culturais focadas nos valores humanos e nas metas do milênio da ONG Gotas de Flor com Amor:** procura oferecer a crianças e adolescentes oficinas e atividades que contemplam dança, arte circense, teatro, coral, orquestra, informática e inglês.
- **Projeto Potencialização do Setor de Internação da GRAACC:** possibilita a ampliação e modernização do departamento de internação do Instituto de Oncologia Pediátria da GRAACC.



Imagens das entidades parceiras do Fundo de Ação Social MAPFRE





Principais parceiros da Fundação MAPFRE / Grupo MAPFRE

O alcance de profundas transformações sociais somente é possível quando se busca envolver parceiros relevantes nesta caminhada, de forma a promover o **máximo aproveitamento de sinergias**.

O capítulo **Principais parceiros da Fundação MAPFRE/Grupo MAPFRE** tem como objetivo apresentar como a MAPFRE busca concretizar o princípio do **máximo aproveitamento de sinergias**, um de seus nove princípios corporativos.

A consolidação de parcerias com entidades que desempenham papel de relevância na sociedade é fundamental para que a MAPFRE e a Fundação MAPFRE viabilizem a transformação da sociedade.

Parceiros institucionais

- ITSEMAP do Brasil – Serviços Tecnológicos MAPFRE
- Centro de Experimentação e Segurança Viária (CESVI BRASIL)
- Escola Nacional de Seguros (Funenseg)
- Associação Brasileira de Gerência de Riscos (ABGR)
- Instituto Ethos
- Organização das Nações Unidas (ONU)
- Fundação Abrinq
- Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD)

Prevenção de Acidentes

- Consórcio de Alumínio do Maranhão (Alumar/Alcoa)
- Prefeitura Municipal de São Luís
- Secretaria da Educação do Estado de São Paulo (SEE/SP)
- Secretaria de Estado da Educação do Maranhão (Seduc-MA)
- Secretaria de Estado da Educação e da Cultura do Rio Grande do Norte (SEEC)
- Secretaria Municipal de Educação de São Luís (Semed)
- Secretaria do Verde e do Meio Ambiente de São Paulo (SVMA/SP)
- Empresa de Urbanização de São Paulo (EMURB)
- Companhia de Engenharia de Tráfego de São Paulo (CET)
- Centro de Experimentação e Segurança Viária (CESVI BRASIL)
- Prefeitura de São Paulo
- Prefeitura de Diadema
- Prefeitura de Holambra
- Prefeitura de Indaiatuba
- Volkswagen do Brasil

Formação e Difusão da Cultura de Seguros

- Universidade de São Paulo (USP)
- Faculdade de Saúde Pública (USP)

Arte e Cultura

- Cinemateca Brasileira/Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura
- Companhia do Metropolitano de São Paulo (Metrô)
- Ministério da Cultura (MinC)
- Museu de Arte Sacra (MAS)
- Secretaria Municipal de Educação de Diadema
- Secretaria Municipal de Educação de Guarulhos
- Instituto Tomie Ohtake
- Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (Espanha)
- Oficina Cultural da Terceira Idade – Oficinas Culturais do Estado de São Paulo/Secretaria Estadual de Cultura

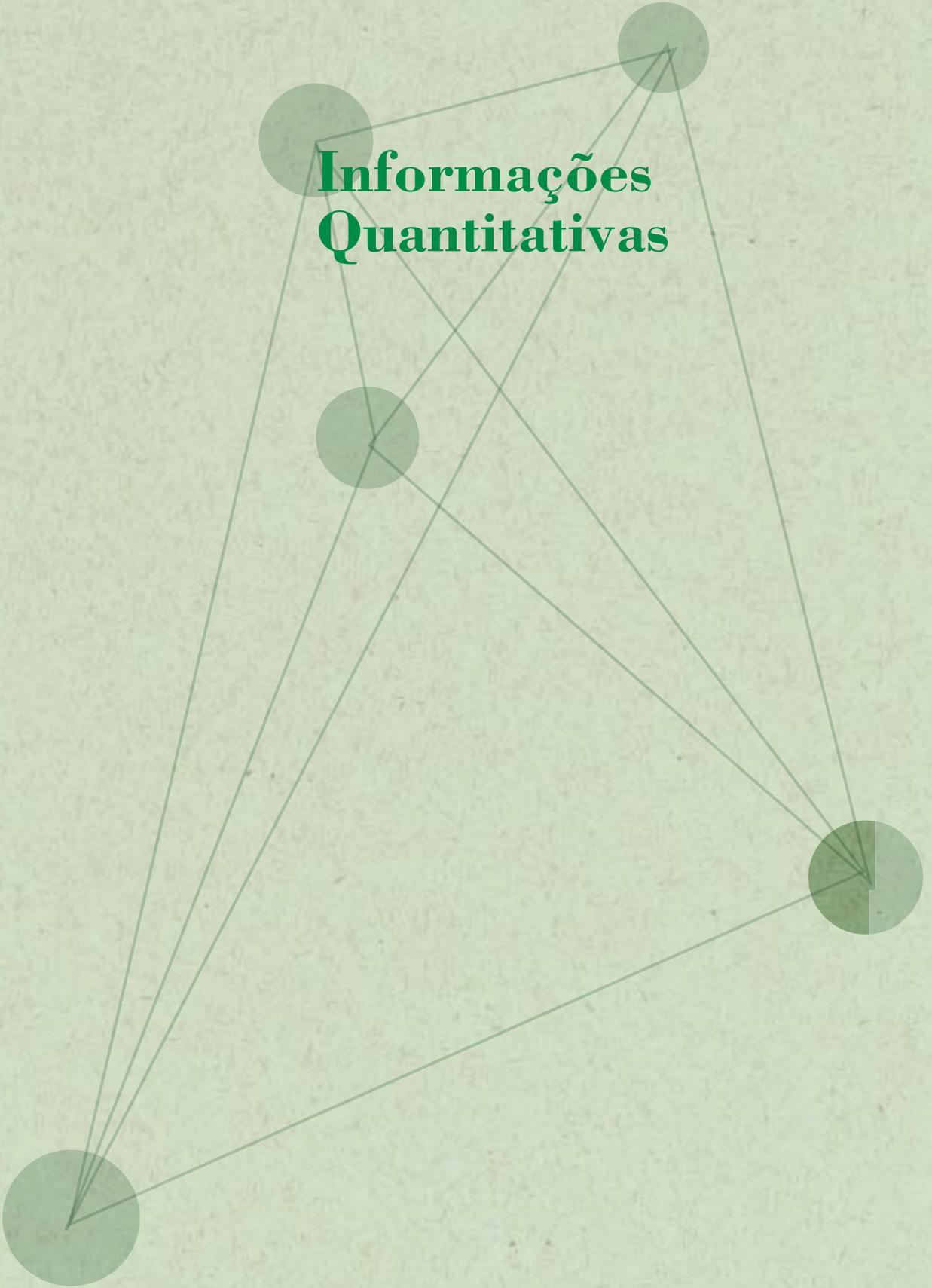
Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente

- Associação dos Funcionários Aposentados e Pensionistas do Banco Nossa Caixa (Afaceesp)
- Cinemateca Brasileira/Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura
- Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP)
- Instituto de Previdência Municipal de São Paulo (IPREM)
- Ministério da Cultura (MinC)
- NOSSA CAIXA MAPFRE Vida e Previdência
- Núcleo de Estudos e Pesquisa do Envelhecimento da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)
- Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo
- Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social de São Paulo (SMADS)
- Secretaria Municipal de Participação e Parceria de São Paulo
- Sociedade Brasileira de Medicina de Família (Sobramfa)
- Fundo de Solidariedade e Desenvolvimento Social e Cultural do Estado de São Paulo

Ação Social

- Ação Comunitária
- Casa Hope
- Gotas de Flor com Amor
- Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer (GRAACC)

**Informações
Quantitativas**



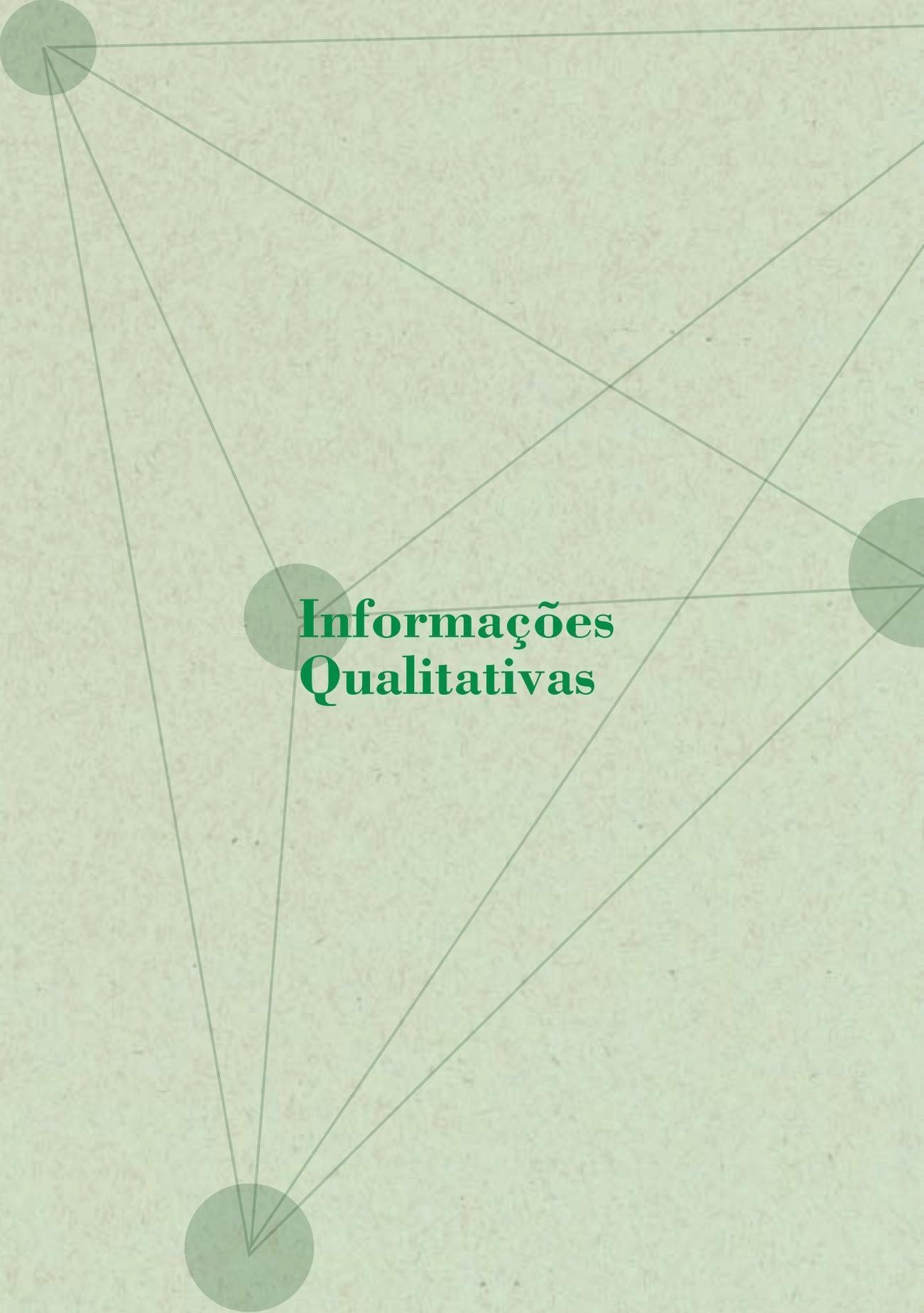
Tema	Item	2007	2006	2005
Conteúdo do relatório	Anos em que o Balanço Social MAPFRE foi publicado	X	X	X
Indicadores do corpo funcional	Nº de empregados(as) ao final do período	2286	2132	1648
	Nº de admissões durante o período	514	623	405
	Nº de empregados(as) terceirizados(as)	326	156	198
	Nº de estagiários(as)	48	43	37
	Nº de empregados(as) acima de 45 anos	229	194	174
	Nº de mulheres que trabalham na empresa	1001	911	720
	Percentual de cargos de chefia ocupados por mulheres	29%	26%	27%
	Nº de negros(as) que trabalham na empresa	172	140	30
	Percentual de cargos de chefia ocupados por negros(as)	5,70%	10,70%	1,99%
	Nº de pessoas com deficiência ou necessidades especiais	12	2	1
Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	Valor Adicionado total a Distribuir (em R\$ mil)	557.470	432.683	311.562
	Distribuição do Valor Adicionado (DVA) % governo	16%	15,69%	
	Distribuição do Valor Adicionado (DVA) % colaboradores	10%	9,46%	
	Distribuição do Valor Adicionado (DVA) % acionistas	0%	0%	
	Distribuição do Valor Adicionado (DVA) % terceiros	64%	68,51%	
	Distribuição do Valor Adicionado (DVA) % retido	10%	6,34%	
	Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	76,74	81	80
	Número total de acidentes de trabalho	9	13	11
Compromisso com o futuro das crianças	Total de menores aprendizes na empresa	80	84	65
	Total de jovens contratados após o término do período de aprendizagem	4	0	0
	Total de autuações que a empresa recebeu do Ministério do Trabalho com relação ao uso de mão-de-obra infantil	0	0	0
Valorização da diversidade	Percentual de pessoas com deficiência na empresa	0,53%	0,09%	0,06%
	Percentual de pessoas com deficiência em cargos de coordenação e chefia	0,09%	0,05%	0,06%
	Percentual de pessoas com idade superior a 45 anos	10,20%	9%	11%

Tema	Item	2007	2006	2005
Compromisso com a não-discriminação e promoção de equidade racial	Percentual de negros (homens e mulheres) em relação ao total de empregados	7,62%	7%	2%
	Percentual de mulheres negras em relação ao total de mulheres na empresa	7,39%	6%	2%
	Percentual de mulheres negras em cargos de coordenação e chefia em relação ao total de cargos de coordenação e chefia disponíveis	1,90%	4%	1%
	Percentual de homens negros em relação ao total de homens na empresa	7,63%	7%	2%
	Percentual de homens negros em cargos de coordenação e chefia em relação ao total de cargos de coordenação e chefia disponíveis	3,80%	7%	1%
	Salário médio mensal de mulheres brancas (em R\$)	2.154,83	2.063,07	1.946,39
	Salário médio mensal de mulheres negras (em R\$)	1.418,57	1.170,26	1.056,00
	Salário médio mensal de homens brancos (em R\$)	3.268,60	3.163,29	3.248,73
	Salário médio mensal de homens negros (em R\$)	1.876,44	1.154,00	1.522,40
	Salário médio mensal de mulheres brancas em cargos de coordenação e chefia (em R\$)	4.868,88	4.658,67	4.521,84
	Salário médio mensal de mulheres negras em cargos de coordenação e chefia (em R\$)	1.418,00	1.453,00	1.298,00
	Salário médio mensal de homens brancos em cargos de coordenação e chefia (em R\$)	4.723,44	6.154,41	6.076,79
	Salário médio mensal de homens negros em cargos de coordenação e chefia (em R\$)	3.994,84	2.464,00	2.593,67
Percentual de mulheres em relação ao total de empregados	44%	43%	44%	
Compromisso com a promoção da equidade de gênero	Percentual de mulheres em cargos de coordenação e chefia em relação ao total de cargos executivos disponíveis nesse nível hierárquico	38%	53%	27%
	Salário médio mensal de mulheres em cargos executivos (em R\$)	15.466,60	24.185,00	0
	Salário médio mensal de homens em cargos executivos (em R\$)	14.824,38	21.572,67	19.302,75
	Salário médio mensal de mulheres em cargos de coordenação e chefia (em R\$)	4.014,82	4.472,07	4.447,53
	Salário médio mensal de homens em cargos de coordenação e chefia (em R\$)	4.689,62	6.000,61	5.951,84
Relações com trabalhadores terceirizados	Total de trabalhadores (homens e mulheres) terceirizados	326	156	198

Tema	Item	2007	2006	2005
Política de remuneração, benefícios e carreira	Divisão do menor salário da empresa pelo salário mínimo vigente	1,98	2,08	2,3
Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho	Média de horas extras por empregado/ano	5,50	2,58	3,05
	Média de acidentes de trabalho por empregado/ano	0,39%	2%	0%
	Percentual de acidentes que resultaram em afastamento temporário de empregados e/ou prestadores de serviço	0,39%	2%	0%
	Percentual de acidentes que resultaram em mutilação ou outros danos à integridade física de empregados e/ou de prestadores de serviço, com afastamento permanente do cargo (Incluindo lesões por esforço repetitivo (LER))	0	0	0
	Percentual de acidentes que resultaram em morte de empregados e/ou de prestadores de serviço	0	0	0
	POP: Total de atendimentos (+dicas)	11303	12272	9702
	POP: Total de serviços de nutricionistas	1621	5960	5853
	POP: Total de serviços de psicólogos	4001	3222	1524
	POP: Total de serviços de fisioterapeutas	1073	1159	852
	POP: Total de serviços de personal trainer	778	895	315
	POP: Ouvidorias	157	150	58
	Índice de absenteísmo	18,72%	12,40%	0

Tema	Item	2007	2006	2005
Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade	Gastos em desenvolvimento profissional e educaço	1.343.509	1.070.543	1.327.308
	Total de analfabetos na força de trabalho	0	0	0
	Total de mulheres analfabetas na força de trabalho	0	0	0
	Total de mulheres com ensino fundamental I (1ª a 4ª srie) completo na força de trabalho	0	0	0
	Total de mulheres com ensino fundamental II (5ª a 8ª srie) completo na força de trabalho	0	0	0
	Total de mulheres com ensino médio completo na força de trabalho	343	293	221
	Total de mulheres com ensino superior completo na força de trabalho	620	616	495
	Total de homens analfabetos na força de trabalho	0	0	0
	Total de homens com ensino fundamental I (1ª a 4ª srie) completo na força de trabalho	0	4	14
	Total de homens com ensino fundamental II (5ª a 8ª srie) completo na força de trabalho	2	12	0
	Total de homens com ensino médio completo na força de trabalho	537	395	250
	Total de homens com ensino superior completo na força de trabalho	784	812	668
Comportamento nas demissões	Total de demissões no período	360	236	230
	Percentual de demitidos acima de 45 anos de idade em relação ao número total de demitidos	9%	10%	13%
Preparação para a aposentadoria	Número de empregados que participaram do programa de preparação para a aposentadoria	0	0	0
	Número de lideranças e chefias treinadas quanto à questão do impacto emocional da aposentadoria e importância da preparação do empregado	0	0	0
Corrupção	Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização	100%	100%	100%

Tema	Item	2007	2006	2005
Governança corporativa	Total de membros do Conselho de Administração (ou estrutura similar)	9	9	9
	Percentual do Conselho de Administração (ou estrutura similar) formado por conselheiros independentes, sem cargo executivo	80%	80%	80%
	Percentual de mulheres no Conselho de Administração (ou estrutura similar)	13%	13%	13%
	Percentual de negros (pretos e pardos) no Conselho de Administração (ou estrutura similar)	0	0	0
Minimização de entradas e saídas de materiais	Consumo anual de combustíveis fósseis: gasolina/diesel (em litros)	466.114,43 l	não mensurado	não mensurado
	Consumo anual de combustíveis fósseis: gás – GLP/GN (em m ³)	80.901,70 m ³	não mensurado	não mensurado
	Total investido em programas e projetos de melhoria ambiental (em R\$)	0	0	0
	Percentual do faturamento bruto gasto em programas e projetos de melhoria ambiental	0%	0%	0%
	Consumo anual de biocombustível: etanol (em litros)	180.840,06 l	não mensurado	não mensurado
Critérios de seleção e avaliação de fornecedores	Treinamentos, cursos, palestras ou reuniões sobre práticas de responsabilidade social oferecidas aos fornecedores	0	0	0
	Total de fornecedores	250	130	100
	Total pago por bens, materiais e serviços adquiridos no período	25.417.998,57	24.800.000,00	15.890.015,00
Excelência no atendimento	Total de ligações atendidas pelo SIM 24 horas	2.606.975	1.909.350	1.733.895
	Percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo SIM 24 horas	0,56	0,87	1,23
	Percentual de reclamações não atendidas pelo SIM 24 horas	0	0	0
	Quantidade de inovações implantadas em razão da interferência do ouvidor e/ou do serviço de atendimento a consumidores/clientes	7	10	8
Envolvimento com o voluntariado	Percentual de resultado operacional destinado à ação social (não incluir obrigações legais, nem tributos, nem benefícios empregatícios)	0,2%	0,2%	0,2%
	Percentual do total destinado à ação social correspondente a doações em produtos e serviços	0%	0%	0%
	Percentual do total destinado à ação social correspondente a doações em espécie	100%	100%	100%
	Percentual do total destinado à ação social correspondente a investimentos em projeto social próprio	100%	100%	100%
	Percentual do total destinado à ação social correspondente a publicidade	0%	0%	0%
	Evolução do MAPFRE Ação Social (número de voluntários)	364	296	não mensurado



**Informações
Qualitativas**

Participação em projetos sociais governamentais

A empresa:	
Adota ou desenvolve parceria com organismos públicos visando objetivos como melhorar a qualidade de ensino, a assistência social, a saúde ou a infra-estrutura, erradicar o trabalho infantil e/ou o trabalho forçado, incentivar a geração de renda e/ou de emprego, promover segurança alimentar etc.	Sim
Patrocina programa público ou privado de bolsa escolar	Sim
Articula e coordena parcerias nos programas de que participa	Sim

Governança corporativa

Conta com mecanismos ou sistemas formais para avaliação periódica dos seus integrantes	Sim
Possui estrutura que contempla um Conselho de Administração ou consultivo e uma auditoria externa independente, visando assegurar o controle da propriedade sobre a gestão; prevenir/coibir abusos de poder de seus integrantes, fraudes por uso de informação	Sim
Para nomear membros do Conselho de Administração ou consultivo, leva em consideração habilidades, conhecimentos, especialização e independência para orientar o direcionamento estratégico da organização, incluindo questões relativas a oportunidades e risco	Sim
Utiliza estudos, pesquisas e o apoio de especialistas para melhor fundamentar a resolução de dilemas éticos, socioambientais e relativos a direitos humanos	Sim
Inclui o respeito aos direitos humanos como critério formal em suas decisões de investimento e aquisição	Sim
Orienta suas operações em concordância com a declaração da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sobre os princípios e direitos fundamentais no trabalho	Sim
Orienta suas operações em concordância com as diretrizes para empresas multinacionais da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE)	Sim
Orienta suas operações em concordância com os Princípios do Pacto Global ou em apoio aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM)	Sim
A visão da empresa e sua estratégia contemplam contribuições da organização no que se refere ao desenvolvimento sustentável	Sim

Excelência no atendimento

Possui um ouvidor do consumidor ou função similar	Sim
Oferece serviço de atendimento ao cliente (SAC) ou outra forma de atendimento especializado para receber e encaminhar sugestões, opiniões e reclamações relativas a seus produtos e serviços	Sim
Promove treinamento contínuo de seus profissionais de atendimento para uma relação ética e de respeito aos direitos do consumidor	Sim
Treina e incentiva seu profissional de atendimento a reconhecer falhas e agir com rapidez e autonomia na resolução de problemas	Sim
Adverte continuamente seu profissional de atendimento e áreas correlatas sobre a importância de procedimentos éticos na obtenção, manutenção e uso das informações de caráter privado resultantes da interação com seus consumidores, clientes ou usuários	Sim
O serviço de atendimento a consumidores/clientes é acompanhado por indicadores e tem representação nos processos de tomada de decisão da empresa	Sim
Ao vender produtos e serviços utiliza somente argumentos verdadeiros para o convencimento do consumidor ou cliente	Sim

Política de comunicação comercial

Atualiza sempre que necessário o material de comunicação destinado aos consumidores/clientes (rótulos, embalagens, bulas, manuais de operação, instruções de uso, termos de garantia e peças publicitárias, entre outros) para tornar mais transparente o relacionamento e mais seguro o uso de seus produtos	Sim
Chama a atenção do cliente/consumidor para alterações nas características de seus produtos ou serviços (composição, qualidade, prazos, peso, preço etc.)	Sim
Teve, nos últimos três anos, alguma campanha ou peça de comunicação como objeto de reclamação de clientes, fornecedores ou concorrentes	Não
Nos últimos três anos, teve campanhas ou peças publicitárias retiradas do ar ou recolhidas por pressão de organizações da sociedade civil organizada	Não

Compromissos éticos

Expõe publicamente seus compromissos éticos por meio de material institucional, pela internet ou de outra maneira adequada às suas partes interessadas	Sim
O código de conduta e/ou a declaração de valores da organização	
Proíbem expressamente a utilização de práticas ilegais (como suborno, corrupção, extorsão, propina e caixa dois) para obtenção de vantagens comerciais	Sim
O código de conduta e/ou declaração de valores da organização cobrem assuntos como:	
Cumprimento das leis e pagamento de tributos	Sim
Concussão, pagamentos ou recebimentos questionáveis	Sim
Conflito de interesses	Sim
Doações	Sim
Corrupção ativa e passiva	Sim
Improbidade administrativa	Sim
Limites das atividades e contribuições políticas	Sim
A empresa:	
Possui comitê, conselho ou responsável(is) formal(is) por questões éticas reconhecido(s) internamente	Sim
Possui comitê, conselho ou responsável(is) formal(is) por questões éticas reconhecido(s) externamente	Não
Estimula a coerência entre os valores e princípios éticos da organização e a atitude individual de seus empregados	Sim
Além de atender toda a legislação em vigor para seu exercício e estar em dia com todos os tributos, tem procedimentos para que todos os empregados conheçam as leis a que estão submetidos, tanto as que se referem às atividades profissionais quanto as que os beneficiam, para que possam cumpri-las integralmente	Sim

Enraizamento na cultura organizacional

Os empregados da empresa demonstram familiaridade no seu dia-a-dia com os temas e pressupostos contemplados no código de conduta, aplicando-os espontaneamente	Sim
A estrutura organizacional desenvolveu procedimentos para lidar com denúncias e resolução de conflitos relacionados ao desrespeito ao seu código de conduta ou à sua declaração de valores	Sim

Relações com sindicatos

Fornecer informações que afetam os empregados em tempo hábil para que o sindicato e os empregados se posicionem	Sim
Possui acordo coletivo com o sindicato da categoria principal	Sim
Possui comissão de fábrica ou de abrangência empresarial garantida por acordo coletivo	Não
Caso atue em diferentes regiões, negocia com o conjunto de sindicatos dessas regiões um patamar mínimo de benefícios comuns	Sim
Disponibiliza informações básicas sobre direitos e deveres da categoria tais como dissídio, contribuições sindicais etc.	Sim

Gestão participativa

A empresa possui políticas e mecanismos formais para ouvir, avaliar e acompanhar posturas, preocupações, sugestões e críticas dos empregados, com o objetivo de agregar novos aprendizados e conhecimentos	Sim
A empresa possui programa de incentivo e reconhecimento das sugestões dos empregados para melhoria dos processos internos	Sim

Compromisso com o futuro das crianças

Discute com outras empresas ou apresenta propostas práticas para o combate ao trabalho infantil em seu setor (ou de maneira geral)	Sim
Tem programa específico para contratação de aprendizes	Sim
Considerando seu papel social em relação aos aprendizes, oferece a eles boas condições de trabalho, aprendizado e desenvolvimento profissional e pessoal – com o devido acompanhamento, avaliação e orientação	Sim
Ao encerrar o período referente ao programa de aprendizagem, procura empregar os beneficiados na própria empresa; quando isso não é possível, busca colocação para eles nas empresas ou organizações parceiras	Sim

Compromisso com o desenvolvimento infantil

Faz acompanhamento periódico da cobertura vacinal, crescimento e desenvolvimento dos filhos dos empregados, solicitando e verificando a Caderneta de Saúde da Criança do Ministério da Saúde	Não
Promove campanhas de imunização dos empregados e seus dependentes com vacinas não oferecidas pela rede pública de saúde (a antigripal, por exemplo)	Sim
Faz acompanhamento da inclusão dos filhos dos empregados na escola, por meio de solicitação de comprovantes de matrícula (particularmente das crianças com deficiência)	Não
Contribui para os fundos geridos pelos conselhos dos direitos da criança e do adolescente, destinando para esse fim 1% do Imposto de Renda devido	Sim
A empresa oferece para os empregados (mulheres e homens) de todos os níveis hierárquicos os seguintes benefícios:	
Plano de saúde familiar	Sim
Creche no local de trabalho ou por rede conveniada, conforme determina a lei	Sim
Flexibilidade de horário para empregados com filhos menores de seis anos	Sim
Auxílio para educação dos filhos	Não
A empresa oferece aos trabalhadores terceirizados os mesmos benefícios de seus empregados registrados	Não
Oferece aos trabalhadores comissionados os mesmo benefícios de seus empregados registrados	Não
Possui políticas de acompanhamento de pós-parto, particularmente para identificação da depressão pós-parto	Sim
Facilita a utilização da flexibilidade de horário para amamentação, conforme a legislação em vigor	Sim

Valorização da diversidade

A política de valorização da diversidade e não-discriminação consta no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa	Sim
Nos processos e ferramentas de gestão de pessoas, a empresa insere quesitos para monitorar a diversidade de seu quadro e possíveis desigualdades em relação aos segmentos em desvantagem, entre outras situações	Sim
Da política de valorização da diversidade e não-discriminação derivam procedimentos formais para processos de seleção, admissão, promoção e mobilidade interna e demissão	Sim
Da política de valorização da diversidade e não-discriminação derivam procedimentos específicos para melhorar a qualificação e promover pessoas com deficiência	Sim
A empresa promoveu ou está promovendo as adaptações necessárias para favorecer a acessibilidade, de acordo com a legislação em vigor	Sim

Compromisso com a não-discriminação e promoção da equidade racial

A empresa tem metas para promover a equidade racial nos processos de admissão, promoção e treinamento, em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas	Sim
A promoção da equidade e não-discriminação racial é uma das dimensões da política de comunicação estratégica da empresa	Sim
A política de comunicação comercial tem como premissa não utilizar imagens ou situações que atentem contra a dignidade dos negros	Sim

Cuidados com a saúde, segurança e condições de trabalho

Foi certificada pela norma SA 8000, pela BS 8800, pela OHSAS 18001 ou por norma equivalente	Não
Oferece programa de prevenção e tratamento para dependência de drogas e de álcool	Não
Oferece programa específico para portadores de HIV/AIDS	Não
Possui normas e processos para combater situações de assédio moral, os quais são divulgados e devidamente amparados por estrutura formal e neutra de denúncia e apuração de fatos	Sim
Possui normas e processos para combater situações de assédio sexual, os quais são divulgados e devidamente amparados por estrutura formal e neutra de denúncia e apuração de fatos	Sim
Promove exercícios físicos no horário de trabalho	Sim
Possui programa de orientação alimentar e nutricional	Sim
Possui política de compensação de horas extras para todos os empregados, inclusive gerentes e executivos	Não

Compromisso com o desenvolvimento profissional e empregabilidade

Analisa periodicamente o perfil socioeconômico de seus empregados no sentido de balizar suas estratégias de remuneração e benefícios e de educação e desenvolvimento profissional	Sim
Possui programa de mapeamento para identificação de competências potenciais a serem desenvolvidas	Sim
Contempla em suas políticas de desenvolvimento programas que promovam a coerência entre os valores e princípios éticos da organização com os valores e princípios individuais de seus empregados	Sim
Possui programas de aconselhamento sobre o planejamento de carreiras de forma a auxiliar os empregados na reflexão sobre suas funções e identificação de objetivos em longo prazo	Sim
Considerado seu papel social em relação aos estagiários, oferece a eles boas condições de trabalho, aprendizado e desenvolvimento profissional e pessoal em suas respectivas áreas de estudo e com o devido acompanhamento	Sim

Comportamento nas demissões

Teve reclamações trabalhistas relacionadas a demissões nos últimos três anos	Sim
Acompanha e avalia periodicamente a rotatividade de empregados e tem política para minimizar e melhorar esse indicador	Sim
Busca estabelecer diálogo estruturado com instâncias do governo local, especialistas, ONGs e sindicatos para conhecer, entender, prever e reduzir o impacto de um possível fechamento de unidades de negócio ou plantas ou da eventual necessidade de corte de pessoal	Sim
Diante da necessidade de redução de pessoal, prevê uma comunicação dirigida aos empregados remanescentes sobre as razões que balizaram a decisão tomada	Sim

Preparação para a aposentadoria

Oferece programa de previdência complementar a todos os seus empregados	Sim
Envolve familiares dos empregados no processo de preparação para a aposentadoria	Não
Participa de ou apóia programas e campanhas públicas ou privadas de valorização dos idosos	Sim

Educação e conscientização Ambiental

Desenvolve periodicamente campanhas internas de redução do consumo de água e de energia	Sim
Desenvolve periodicamente campanhas internas de educação com base nos 3 Rs	Sim
Desenvolve periodicamente campanhas internas de educação para o consumo consciente	Sim

Diálogo e engajamento das partes interessadas (stakeholders)

Está aberta a críticas de grupos ou partes interessadas sobre a natureza de seus processos, produtos ou serviços	Sim
--	-----

Balanço social

As informações sobre a situação econômico-financeira das atividades da empresa são auditadas por terceiros	Sim
As informações sobre aspectos sociais e ambientais das atividades da empresa são auditadas por terceiros	Sim
A empresa expõe na internet dados sobre aspectos econômico-financeiros, sociais e ambientais de suas atividades	Sim
A empresa contempla em seu balanço social dados e indicadores de monitoração da distribuição de riqueza – a Demonstração do Valor Adicionado (DVA), por exemplo	Sim
Os dados coletados e utilizados para o balanço social são empregados no planejamento estratégico da empresa	Sim

Compromisso com a melhoria da qualidade ambiental

Tem uma pessoa responsável pela área de meio ambiente que participa de suas decisões estratégicas	Sim
Participa de comitês/conselhos locais ou regionais para discutir a questão ambiental com o governo e a comunidade	Sim
Dispõe de processos para mapeamento e análise sistêmica para a melhoria da qualidade ambiental	Sim

Gerenciamento de impacto da empresa na comunidade de entorno

Reconhece a comunidade em que está presente como parte interessada importante em seus processos decisórios	Sim
Tem programa para empregar, na medida do possível, o maior número de moradores do local em que está inserida, dando-lhes formação, com o objetivo de aumentar os níveis de qualificação daquela comunidade, em cooperação com sindicatos, ONGs, representantes	Sim

Relações com organizações locais

Faz um levantamento das necessidades locais antes de desenhar seus projetos na comunidade	Sim
---	-----

Financiamento da ação social

Inclui a ação social e seus responsáveis no processo geral de planejamento estratégico	Sim
Utiliza especialistas no ciclo de planejamento, monitoramento e avaliação de sua ação social	Sim
Planeja sua ação social visando maximizar seu impacto a longo prazo	Sim
Otimiza o impacto de sua ação social alavancando recursos de outras empresas ou organizações privadas e/ou a participação de órgãos públicos	Sim
Tem procedimento de consulta periódica aos beneficiários de sua ação social, monitorando-a por meio de indicadores de desempenho	Sim

Envolvimento com a ação social

Utiliza os incentivos fiscais para deduzir ou descontar dos impostos os valores relativos a doações e patrocínios	Sim
Divulga internamente os projetos que apóia e desenvolve, oferecendo oportunidades de trabalho voluntário e estimulando a participação dos empregados	Sim
Autoriza o uso controlado de horas pagas para o trabalho voluntário de empregados	Sim

Contribuições para campanhas políticas

Nos últimos cinco anos, a empresa foi mencionada negativamente na imprensa por contribuir financeiramente para campanha política	Não
--	-----

Práticas anticorrupção e antipropina

Teve seu nome mencionado na imprensa nos últimos cinco anos sob suspeita de ter participado de incidente envolvendo o oferecimento de propina ou a prática de corrupção de agentes públicos	Não
---	-----

Liderança e influência social

Estimula e patrocina projetos de desenvolvimento de pesquisa e tecnologia, interagindo ativamente com a comunidade acadêmica e científica	Sim
---	-----

Crítérios de seleção e avaliação de fornecedores

Inclui as políticas e critérios para o relacionamento com os fornecedores em seu código de conduta e/ou em sua declaração de valores	Sim
Adota critérios de compra que consideram a garantia de origem, para evitar a aquisição de produtos piratas, falsificados ou frutos de roubo de carga	Sim



**Demonstrativo
Ibase**

O demonstrativo abaixo foi elaborado a partir do modelo estabelecido pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) e reúne informações sobre projetos, benefícios e ações sociais e ambientais da MAPFRE dirigidas a colaboradores, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade.

Balanco Social Anual / 2007

Empresa: Grupo MAPFRE

1. Base de Cálculo	2007 Valor (R\$ mil)			2006 Valor (R\$ mil)		
Receita líquida (RL)	2.981.717			2.668.406		
Resultado operacional (RO)	199.944			136.768		
Folha de pagamento bruta (FPB)	154.008			129.368		

2. Indicadores Sociais Internos	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação	15.026	9,76%	0,50%	11.632	8,99%	0,44%
Encargos sociais compulsórios	28.576	18,55%	0,96%	24.057	18,60%	0,90%
Previdência privada	347	0,23%	0,01%	424	0,33%	0,02%
Saúde	7.478	4,86%	0,25%	6.438	4,98%	0,24%
Segurança e saúde no trabalho	210	0,14%	0,01%	152	0,12%	0,01%
Educação	651	0,42%	0,02%	504	0,39%	0,02%
Cultura	-	0,00%	0,00%	-	0,00%	0,00%
Capacitação e desenvolvimento profissional	1.344	0,87%	0,05%	1.207	0,93%	0,05%
Creches ou auxílio-creche	875	0,57%	0,03%	736	0,57%	0,03%
Participação nos lucros ou resultados	10,5	6,80%	0,35%	9,5	7,34%	0,36%
Outros	1.705	1,11%	0,06%	757	0,59%	0,03%
Total – Indicadores sociais internos	65.902	42,79%	2,21%	55.409	42,83%	2,08%

3. Indicadores Sociais Externos	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Educação	367	0,18%	0,01%	269	0,20%	0,01%
Cultura	1.720	0,86%	0,06%	1.008	0,74%	0,04%
Saúde e saneamento	5	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Esporte	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Combate à fome e segurança alimentar	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Outros	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Total das contribuições para a sociedade	2.092	1,05%	0,07%	1.277	0,93%	0,05%
Tributos (excluídos encargos sociais)	240.444	120,26%	8,06%	214.600	156,91%	8,04%
Total – Indicadores sociais externos	242.536	121,30%	8,13%	215.877	157,84%	8,09%

4. Indicadores Ambientais	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/ operação da empresa	0	0%	0%	0	0%	0%
Investimentos em programas e/ou projetos externos	0	0%	0%	0	0%	0%
Total dos investimentos em meio ambiente	0	0%	0%	0	0%	0%

Quanto ao estabelecimento de “metas anuais” para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/ operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa

() não possui metas () cumpre de 51 a 75% (X) cumpre de 0 a 50% () cumpre de 76 a 100%
 (x) não possui metas () cumpre de 51 a 75% () cumpre de 0 a 50% () cumpre de 76 a 100%

5. Indicadores do Corpo Funcional	2007	2006
Nº de empregados(as) ao final do período	2.286	2.132
Nº de admissões durante o período	514	623
Nº de empregados(as) terceirizados(as)	326	156
Nº de estagiários(as)	48	43
Nº de empregados(as) acima de 45 anos	229	194
Nº de mulheres que trabalham na empresa	1.001	911
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	17%	16%
Nº de negros(as) que trabalham na empresa	172	140
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)	5,7%	11%
Nº de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais	12	2

6. Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial

	2007			Metas 2008		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa		76,74				-
Número total de acidentes de trabalho		9				-
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	() direção	(x) direção e gerências	() todos(as) empregados(as)	() direção	() direção e gerências	(x) todos(as) empregados(as)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	(x) direção e gerências	() todos(as) empregados(as)	() todos(as) + Cipa	() direção e gerências	() todos(as) empregados(as)	(x) todos(as) + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	() não se envolve	() segue as normas da OIT	(x) incentiva e segue a OIT	() não se envolverá	() seguirá as normas da OIT	(x) incentivará e seguirá a OIT
A previdência privada contempla:	() direção	() direção e gerências	(x) todos(as) empregados(as)	() direção	() direção e gerências	(x) todos(as) empregados(as)
A participação dos lucros ou resultados contempla:	() direção	() direção e gerências	(x) todos(as) empregados(as)	() direção	() direção e gerências	(x) todos(as) empregados(as)
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	() não são considerados	(x) são sugeridos	() são exigidos	() não serão considerados	() serão sugeridos	(x) serão exigidos
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	() não se envolve	() apóia	(x) organiza e incentiva	() não se envolverá	() apoiará	(x) organizará e incentivará
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	na empresa 0	no Procon	na Justiça	na empresa	no Procon	na Justiça
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:	na empresa 100%	no Procon	na Justiça	na empresa	no Procon	na Justiça
Valor adicionado total a distribuir (em R\$ mil):		Em 2007: 557.468			Em 2006: 432.683	
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	16% governo 0% acionistas	10% colaboradores(as) 64% terceiros	10% retido	15,69% governo 0% acionistas	9,46% colaboradores(as) 68,51% terceiros	6,34% retido

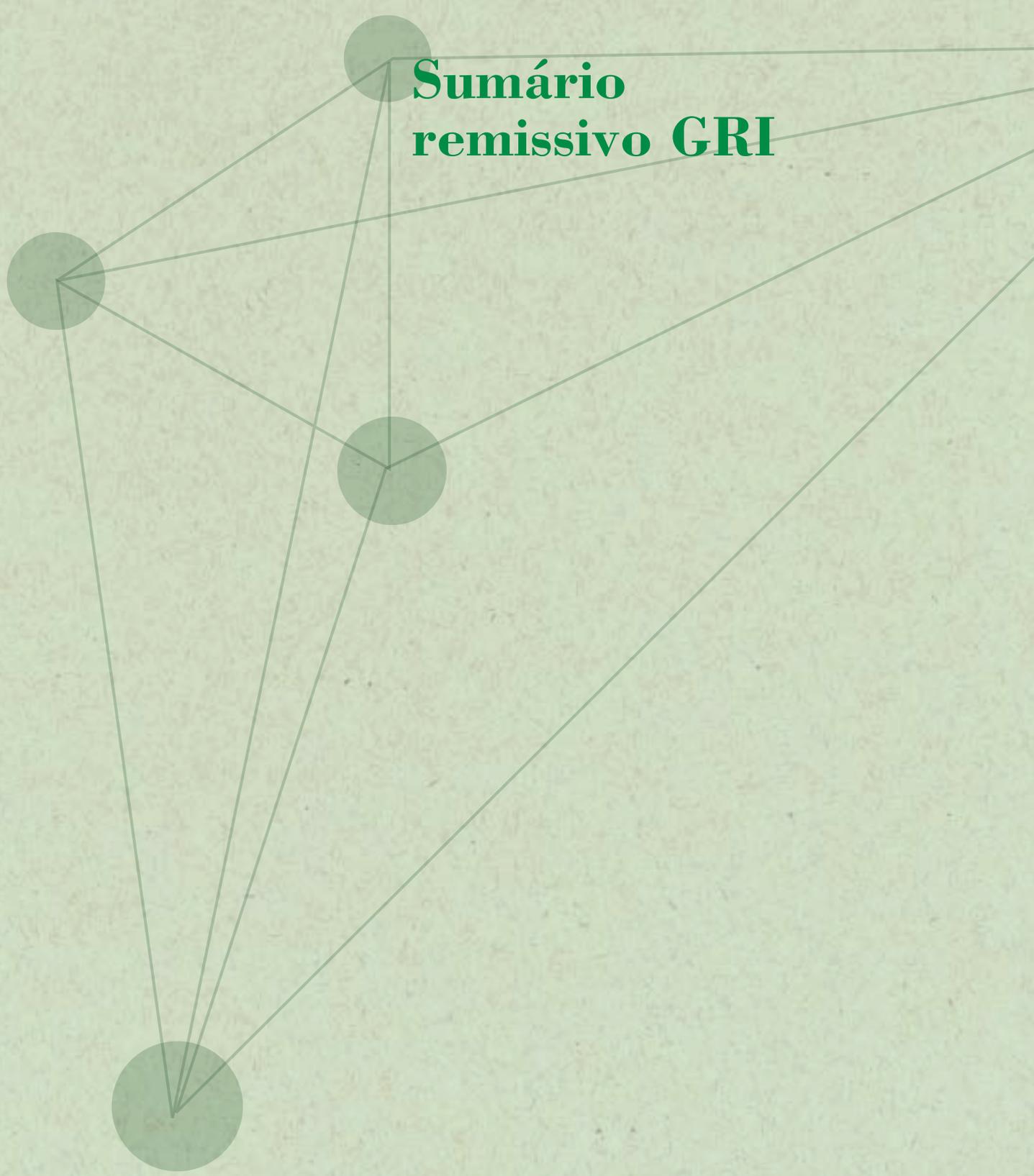
7. Outras informações**Mapfre Vera Cruz Seguradora S/A (CNPJ: 61.074.175/0001-38), sediada em São Paulo**

Para esclarecimentos sobre as informações declaradas: Fátima Lima, 11 5112-7847, fmendes@mapfre.com.br

Esta empresa não utiliza mão-de-obra infantil ou trabalho escravo, não tem envolvimento com prostituição ou exploração sexual de criança ou adolescente e não está envolvida com corrupção.

Nossa empresa valoriza e respeita a diversidade interna e externamente.

LEGENDA: As células que apresentam “-” indicam informações não mensuradas ou não divulgadas.



Sumário remissivo GRI

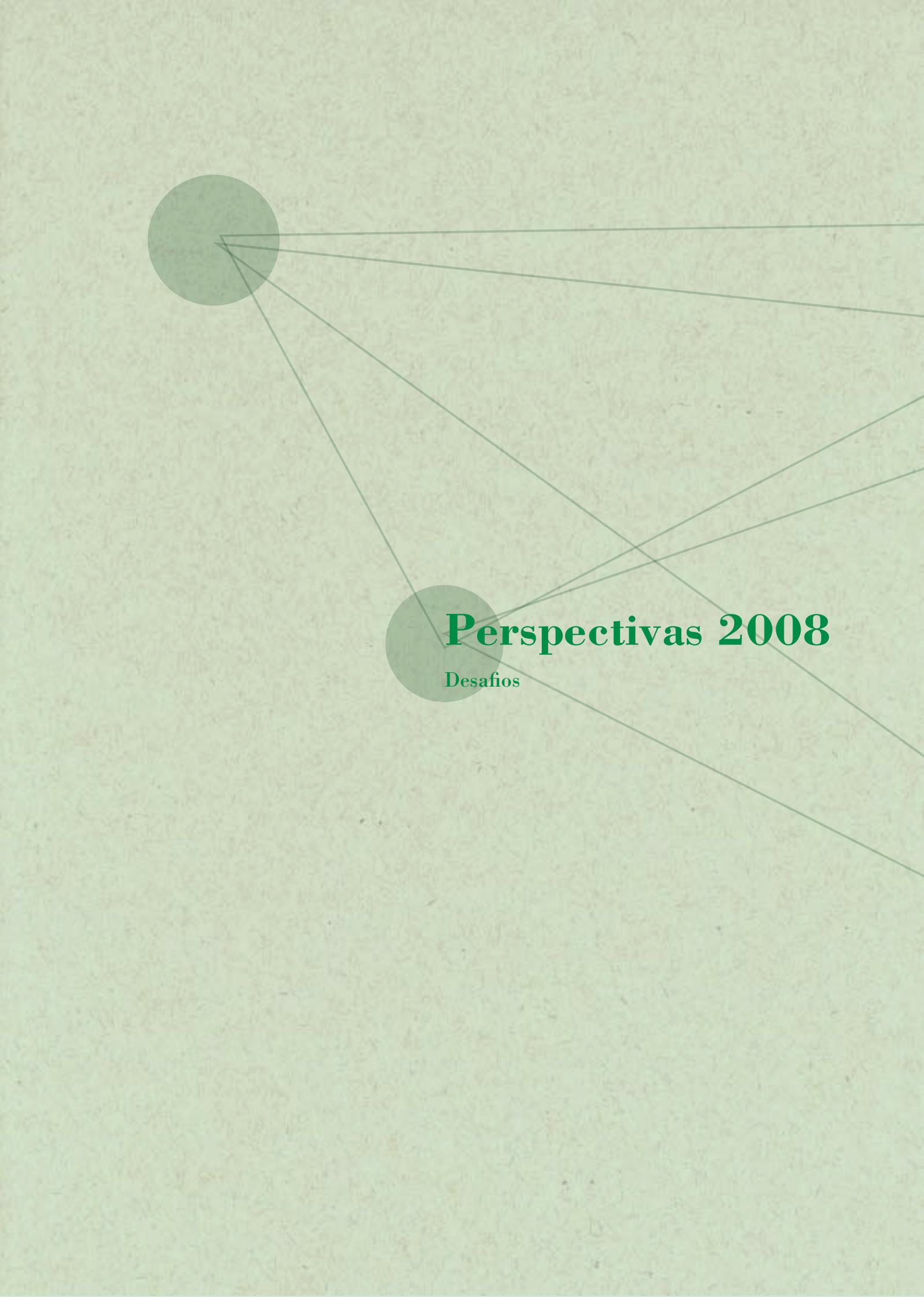
Novamente em 2007, a MAPFRE adotou a terceira geração de Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade do Global Reporting Initiative (GRI). Empregou-se o nível C+, equivalente ao levantamento e publicação de informações essenciais à produção de relatórios de sustentabilidade, respaldado pela realização de uma verificação externa, exemplificando o esforço da MAPFRE em aprimorar suas ferramentas de auto-avaliação, comunicação e prestação de contas com a sociedade.

Item	Descrição	Página	Extensão do reporte	Razões para omissão
1	Estratégia e Análise			
1.1	Declaração do presidente sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e sua estratégia.	3	Total	-
1.2	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades.	14, 17 e 18		
2	Perfil da Organização			
2.1	Nome da organização.	11 e 14	Total	
2.2	Principais marcas, produtos e/ou serviços.	14,17 e 18	Total	
2.3	Estrutura operacional da organização, incluindo principais divisões, unidades operacionais, subsidiárias e <i>joint ventures</i> .	14	Total	
2.4	Localização da sede da organização.	75	Total	
2.5	Número de países em que a organização opera e nome dos países em que suas principais operações estão localizadas ou são especialmente relevantes para as questões de sustentabilidade cobertas pelo relatório.	14	Total	
2.6	Tipo e natureza jurídica da propriedade.	14	Total	
2.7	Mercados atendidos (incluindo discriminação geográfica, setores atendidos e tipos de clientes/beneficiários)	14 e 17	Total	
2.8	Porte da organização, incluindo: número de empregados; vendas líquidas; capitalização total discriminada em termos de dívida e patrimônio líquido; quantidade de produtos ou serviços oferecidos.	17, 18, 41, 42 e 59	Total	
2.9	Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório referentes a porte, estrutura ou participação acionária, incluindo: localização ou mudança nas operações; mudanças na estrutura de capital social e outra formação de capital, manutenção ou alteração nas operações.	14 e 17	Total	
2.10	Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório.	7, 8, 19 e 31	Total	

Item	Descrição	Página	Extensão do reporte	Razões para omissão
3	Parâmetros para o Relatório			
3.1	Período coberto pelo relatório (como ano contábil/civil) para as informações apresentadas.	11	Total	-
3.2	Data do relatório anterior mais recente (se houver).	59	Total	-
3.3	Ciclo de emissão de relatórios (anual, bienal etc.)	59	Total	-
3.4	Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório ou seu conteúdo.	75	Total	-
3.5	Processo para a definição do conteúdo do relatório, incluindo: determinação da materialidade; priorização de temas dentro do relatório; identificação de quais <i>stakeholders</i> a organização espera que usem o relatório.	11	Total	-
3.6	Limite do relatório (países, divisões, subsidiárias, instalações arrendadas, <i>joint ventures</i> , fornecedores).	11	Total	-
3.7	Declaração sobre quaisquer limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite do GRI.	77	Total	-
3.8	Base para a elaboração do relatório no que se refere a <i>joint ventures</i> , subsidiárias, instalações arrendadas, operações terceirizadas e outras organizações que possam afetar significativamente a comparabilidade entre períodos e/ou entre organizações.	11	Total	-
3.10	Explicação das conseqüências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações (como fusões ou aquisições, mudança no período ou ano-base, na natureza do negócio, em métodos de medição).	-	Não reportado	Não se aplica
3.11	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere a escopo, limite ou métodos de medição aplicados no relatório.	11	Total	-
3.12	Tabela que identifica a localização das informações no relatório.	77	Total	-
4	Governança, Compromissos e Engajamento			
4.1	Estrutura de governança da organização, incluindo comitês sob o mais alto órgão de governança responsável por tarefas específicas, tais como estabelecimento de estratégia ou supervisão da organização.	20	Total	-
4.2	Indicação caso o presidente do mais alto órgão de governança seja um diretor executivo (e, se for o caso, suas funções dentro da administração da organização e as razões para tal composição).	20	Total	-
4.3	Para organizações com uma estrutura administrativa unitária, declaração do número de membros independentes ou não-executivos do mais alto órgão de governança.	20	Total	-
4.4	Mecanismos para que acionistas e empregados façam recomendações ou dêem orientações ao mais alto órgão de governança.	27	Total	-
4.14	Relação de grupos de <i>stakeholders</i> engajados pela organização.	23	Total	-
4.15	Base para a identificação e seleção de <i>stakeholders</i> com os quais se engajar.	23	Total	-

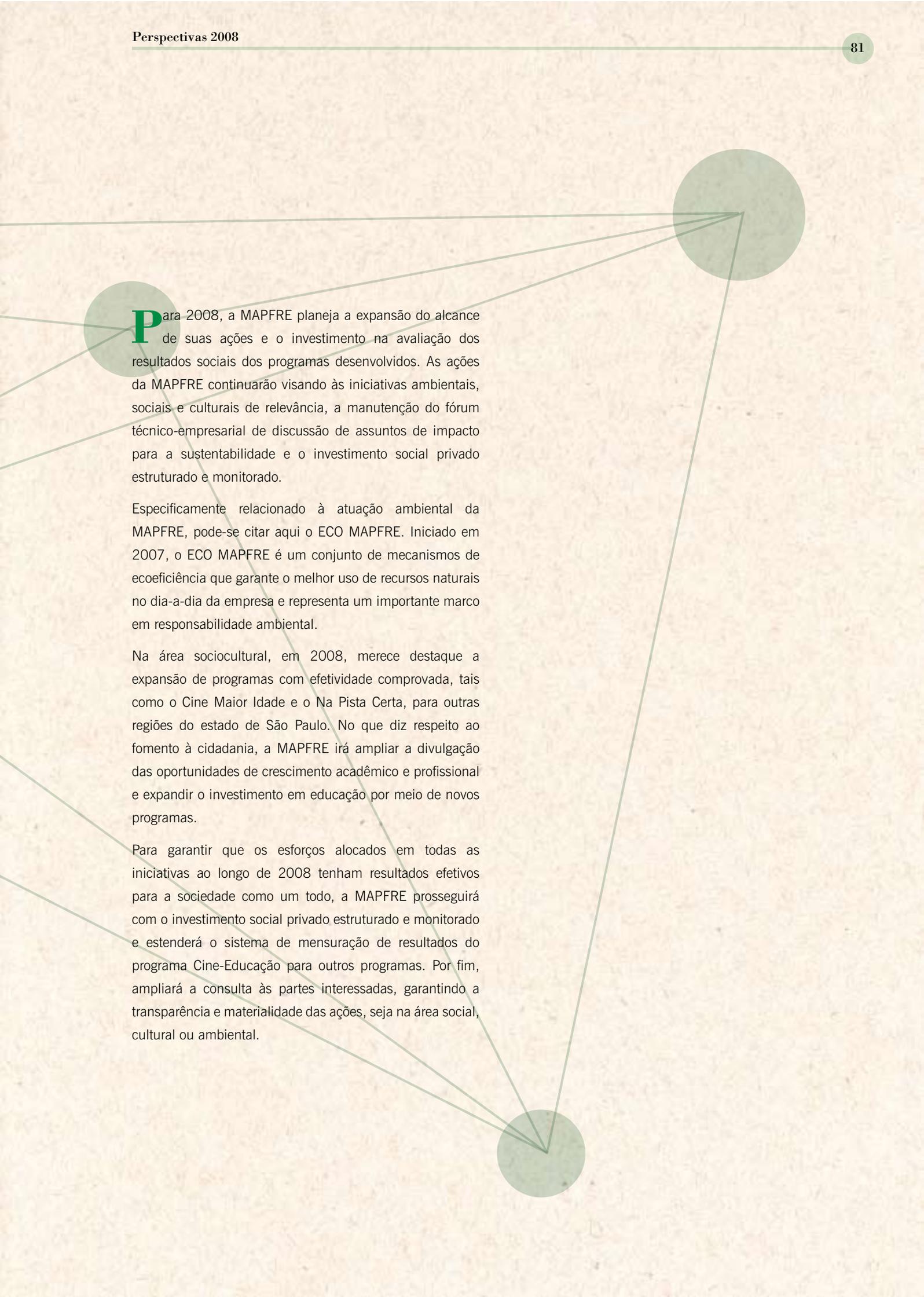
Indicadores de Desempenho

Item	Descrição	Página
GRI EC1	Valor econômico direto gerado e distribuído, incluindo receitas, custos operacionais, remuneração de empregados, doações e outros investimentos na comunidade, lucros acumulados e pagamentos para provedores de capital e governo.	41, 42 e 43
GRI EC3	Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício definido que a organização oferece.	26 e 69
GRI EC8	Desenvolvimento e impacto de investimentos em infra-estrutura e serviços oferecidos, principalmente para benefício público, por meio de engajamento comercial, em espécie ou atividades pro bono.	46 a 54
GRI EN1	Materiais usados por peso ou volume.	38
GRI HR7	Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e as medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado ou análogo ao escravo.	8 e 67
GRI LA7	Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho, por região.	61
GRI LA8	Programas de educação, treinamento, aconselhamento, prevenção e controle de risco em andamento para dar assistência a empregados, seus familiares ou membros da comunidade com relação a doenças graves.	27
GRI LA13	Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade.	20
GRI LA14	Proporção de salário base entre homens e mulheres, por categoria funcional.	60
GRI PR6	Programas de adesão às leis, normas e códigos voluntários relacionados a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio.	29, 30 e 66
GRI S01	Natureza, escopo e eficácia de quaisquer programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações nas comunidades, incluindo a entrada, operação e saída.	33 e 70
GRI S03	Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização.	62
GRI S05	Posições quanto a políticas públicas e participação na elaboração de políticas públicas e lobbies.	34 a 37 e 70



Perspectivas 2008

Desafíos

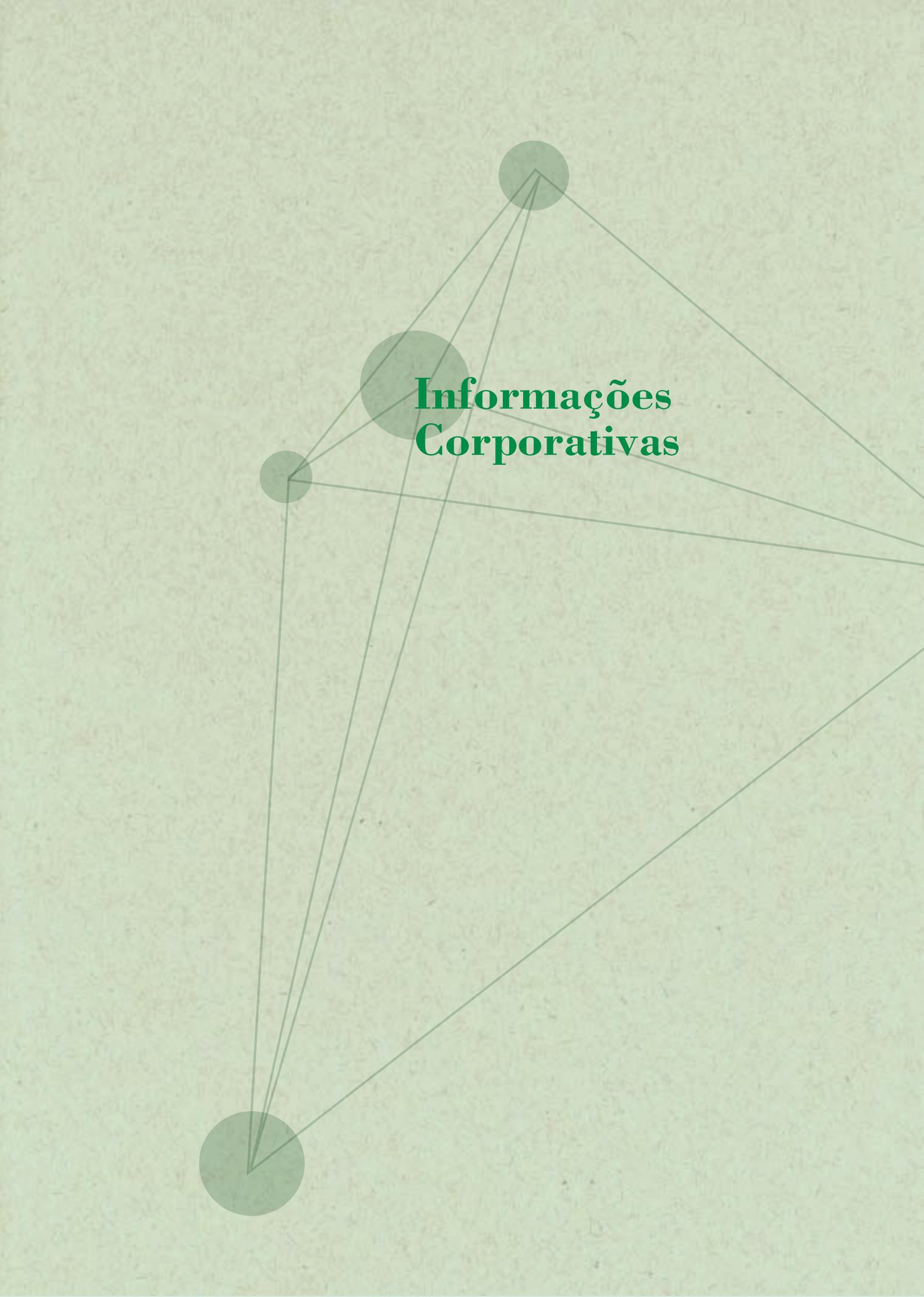
A decorative graphic consisting of three large, semi-transparent green circles. One circle is positioned in the upper right quadrant, another in the middle left, and the third in the lower center. Thin green lines connect the centers of these circles, forming a network of lines across the page.

Para 2008, a MAPFRE planeja a expansão do alcance de suas ações e o investimento na avaliação dos resultados sociais dos programas desenvolvidos. As ações da MAPFRE continuarão visando às iniciativas ambientais, sociais e culturais de relevância, a manutenção do fórum técnico-empresarial de discussão de assuntos de impacto para a sustentabilidade e o investimento social privado estruturado e monitorado.

Especificamente relacionado à atuação ambiental da MAPFRE, pode-se citar aqui o ECO MAPFRE. Iniciado em 2007, o ECO MAPFRE é um conjunto de mecanismos de ecoeficiência que garante o melhor uso de recursos naturais no dia-a-dia da empresa e representa um importante marco em responsabilidade ambiental.

Na área sociocultural, em 2008, merece destaque a expansão de programas com efetividade comprovada, tais como o Cine Maior Idade e o Na Pista Certa, para outras regiões do estado de São Paulo. No que diz respeito ao fomento à cidadania, a MAPFRE irá ampliar a divulgação das oportunidades de crescimento acadêmico e profissional e expandir o investimento em educação por meio de novos programas.

Para garantir que os esforços alocados em todas as iniciativas ao longo de 2008 tenham resultados efetivos para a sociedade como um todo, a MAPFRE prosseguirá com o investimento social privado estruturado e monitorado e estenderá o sistema de mensuração de resultados do programa Cine-Educação para outros programas. Por fim, ampliará a consulta às partes interessadas, garantindo a transparência e materialidade das ações, seja na área social, cultural ou ambiental.

The image features a textured, light green background. Overlaid on this is a network of four dark green circles connected by thin, dark green lines. One circle is positioned at the top center, another at the middle left, a third at the bottom left, and a fourth, which is significantly larger than the others, is located in the center. The text 'Informações Corporativas' is written in a dark green, serif font, centered over the largest circle. The lines connect the top circle to the middle-left, bottom-left, and right-most circles, and also connect the middle-left and bottom-left circles to the right-most circle.

**Informações
Corporativas**



Presidente

Antonio Cássio dos Santos

Diretores Estatutários

Albert Carvalho Junqueira

Antonio Fernando S. Rodrigues

Bento Aparício Zanzini

Carlos Alberto Draghi

Carlos Alberto Landim

Dirceu Tiegs

Eduardo Soares de Freitas

Elíseo João Vicianá

Felipe Costa da S. Nascimento

Jabis de Mendonça Alexandre

José Aurelio Ramalho

José Bailone Jr.

Marcos Eduardo S. Ferreira

Maurício Galian

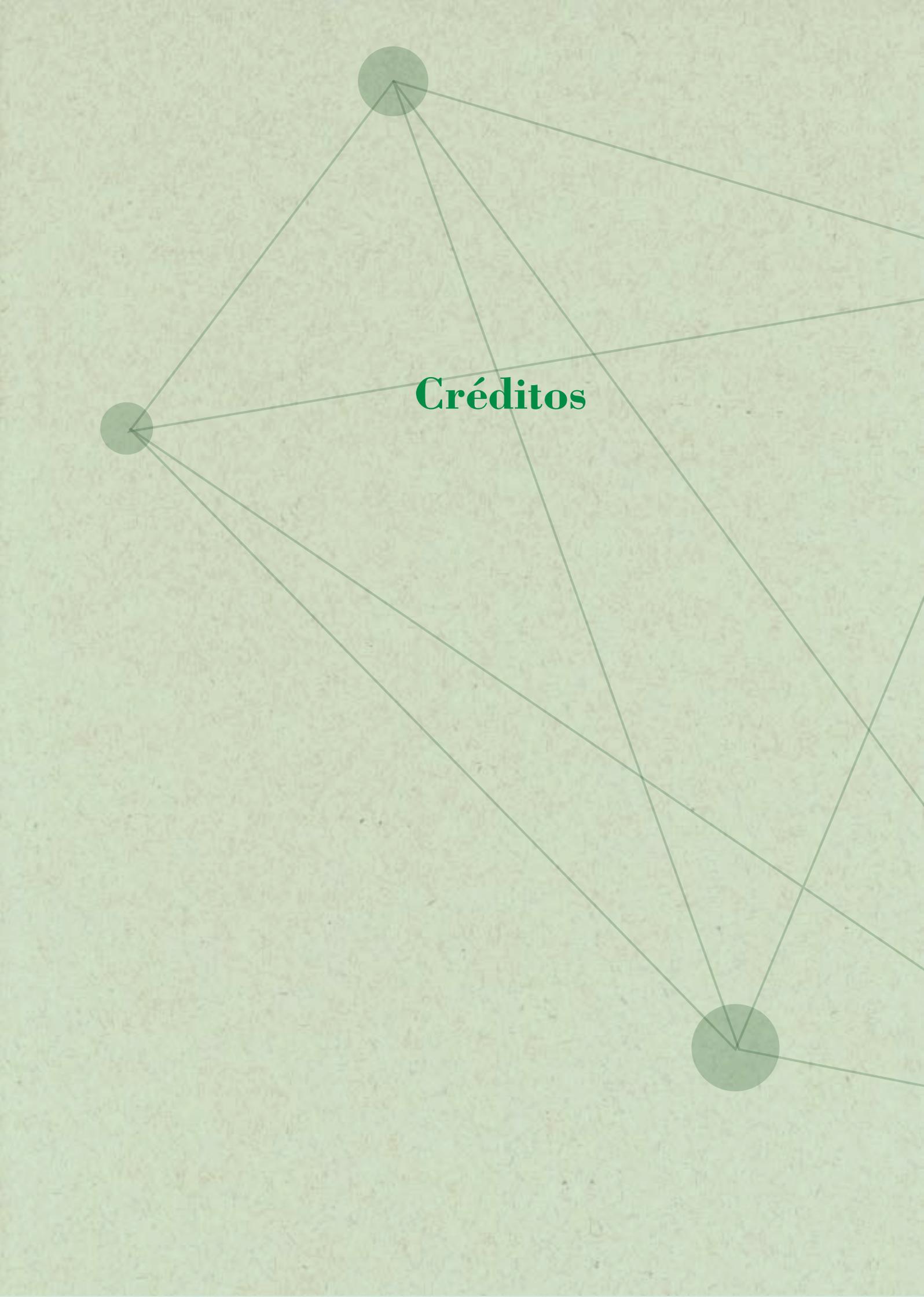
Mauro Cesar Batista

Moacyr D'Acampora Filho

Moira Coromoto Romero Ramos

Rogério Guede Vergara

Wilson Toneto



Créditos



O Balanço Social é fruto de trabalho intensivo de coleta criteriosa de informações de diversas áreas da empresa. Merecem a menção especial, pelas informações concedidas, os seguintes colaboradores:

Alessandro Luis Gonçalves
Ana Maria Meira dos Santos
Antonio Carmine Ficucella
Carlos Alberto Landim
Cleide P. Fonseca Rodrigues
Cristiane Lima S. de Jesus
Daniela de Almeida Baccari
Eduardo Magrini Aguiar
Ellen Mara Sacche
Fernando Marcio Bettine
Felipe Name Francisco
Flavio Toniazzi
Genilson Alves dos Santos
Ismael Pagano Filho
José Antonio Oka
Manuel Antonio Barradas do Souto
Márcia Freitas de Paula
Marcia Maria Tóia Esteves Lima

Marcio Vicenzi Jager
Maria Cristina Lopes Augusto
Newton Oliveira Redua
Pietro Marras Neto
Rafael Marinelli
Renata Martins Pappalardo
Ricardo Andrade dos Santos
Ricardo Rodrigues Serpa
Roberta de Lima Provinciano Gomes
Rosangela Paula dos Santos Leandro
Rosemeire Lourdes Limas Peixoto
Sandra de Souza Oliveira
Simone Pereira Negrão
Tatiana Cerezer
Tiago Agrella Basaglia
Wagner Aparecido Cardoso
Willian Coelho
Zilda Collares Távora dos Santos

Direção Geral

Superintendência de Incentivos e Fundação MAPFRE
Mercado e Desenvolvimento de Rede

Coordenação de conteúdo e redação

Via Gutenberg

Projeto Gráfico

Set Design

Fotos

Arquivo MAPFRE
Paulo Pepe
Alex Szabzon

Impressão

Ipsis

Tiragem

5.000 exemplares



Glossário

APÓLICE: É o instrumento do contrato de seguro. É o ato escrito que constitui a prova normal desse contrato.

BENEFICIÁRIO: Pessoa em cujo proveito se faz o seguro.

BENEFÍCIO: Importância que o segurador deve pagar na liquidação do contrato e que consiste em um capital ou uma renda.

CAPITAL SEGURADO: Termo utilizado pelo segurador pra definir o valor do seguro no Seguro de Vida e Acidentes Pessoais.

CARÊNCIA: Período durante o qual a sociedade está isenta de qualquer responsabilidade indenizatória, pela morte do segurado.

CLASSE DO RISCO: Expressão empregada para designar a situação do risco quando encarado sob determinado aspecto.

COMISSÃO: Modo de pagamento empregado pelas sociedades seguradoras para remunerar o trabalho dos corretores de seguros.

CORRETOR DE SEGUROS: Termo que define pessoa física devidamente credenciada por meio de curso e exame de habilitação profissional, autorizada pelos órgãos competentes a promover a intermediação de contrato de seguros e sua administração.

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

DANO: Prejuízo sofrido pelo segurado e indenizável de acordo com as condições da apólice.

ENDOSSO: Modo pelo qual o segurador formaliza qualquer alteração numa apólice de seguro.

EVENTO: Termo que define sinistro ou acontecimento previsto e cobertura ou não no contrato, que resulta em dano para o segurado; ex. incêndio, roubo etc.

FRANQUIA: Termo utilizado pelo segurador para definir valor calculado matematicamente e estabelecido no contrato de seguro, até o qual ele não se responsabiliza a indenizar o segurado em caso de sinistro.

INDENIZAÇÃO: Reparação do dano sofrido pelo segurado.

MUTUALISMO: Princípio fundamental, que constitui a base de toda operação de seguro. É pela aplicação do princípio do mutualismo que as empresas de seguros conseguem repartir os riscos tomados, diminuindo, desse modo, os prejuízos que a realização de tais riscos lhes poderia trazer.

PRÊMIO: É a soma em dinheiro, paga pelo segurado ao segurador, para que este assuma a responsabilidade de um determinado risco.

PREPOSTO: Título utilizado por pessoa física devidamente credenciada por Corretor de Seguros junto à SUSEP, autorizada a promover intermediação de contratos de seguros em nome e sob responsabilidade do primeiro; Preposto de Corretor.

RESERVA TÉCNICA: Termo utilizado para definir valores matematicamente calculados pelo segurador, com base nos prêmios recebidos dos segurados, para garantia dos pagamentos eventuais dos riscos assumidos e não expirados; ex.: Reserva de Sinistros a Liquidar.

RESSEGURADOR: É aquele que aceita, em resseguro, as cessões feitas pelo segurador direto.

RESSEGURO: Operação pela qual o segurador, com o fito de diminuir sua responsabilidade na aceitação de um risco considerado excessivo ou perigoso, cede a outro segurador uma parte da responsabilidade e do prêmio recebido.

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

SINISTRO: Termo utilizado para definir em qualquer ramo ou carteira de seguro, o acontecimento do evento previsto e coberto no contrato.

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

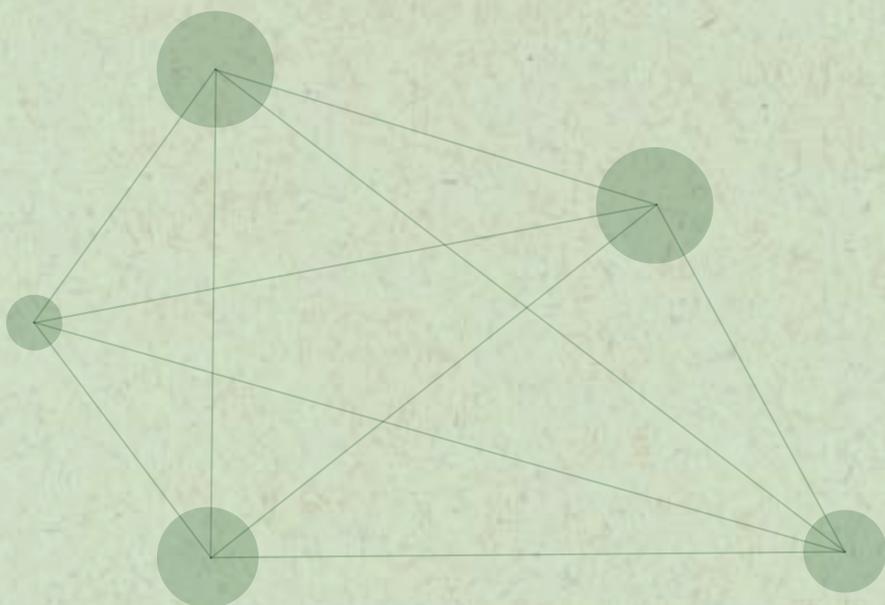


Tabela de Critérios

Nível de Aplicação do Relatório		C	C+	B	B+	A	A+
Padrões de Descrição	Descrição do Perfil G3	Reportar: 1.1 2.1-2.10 3.1-3.8, 3.10-3.12 4.1-4.4, 4.14-4.15	Relatório Verificado Externamente	Reportar todos os critérios listados para o Nível C mais: 1.2 3.9, 3.13 4.5-4.13, 4.16-4.17	Relatório Verificado Externamente	O mesmo requerido para Nível B	Relatório Verificado Externamente
	Informações sobre a Forma de Gestão G3	Não obrigatório		Abordagem de Gestão para cada Categoria de Indicador		Abordagem de Gestão para cada Categoria de Indicador	
	Descrição dos Indicadores de Desempenho G3	Reportar um mínimo de 10 Indicadores de Desempenho, incluindo pelo menos um de cada categoria: Econômico, Social e Ambiental		Reportar um mínimo de 20 Indicadores de Desempenho, incluindo pelo menos um de cada categoria: Econômico, Ambiental, Direitos Humanos, Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente, Sociedade e Responsabilidade pelo Produto.		Reportar cada indicador essencial G3 de acordo com o princípio da Materialidade em que: a) reportar o indicador ou b) explicar a razão para omissão.	



Av. das Nações Unidas, 11.711 – Brooklin
04578-000 – São Paulo – SP
www.mapfre.com.br



IMPRESSO EM PAPEL 100% RECICLADO.
A MAPFRE Seguros contribui para a preservação do
meio ambiente e evita o desperdício de recursos naturais.