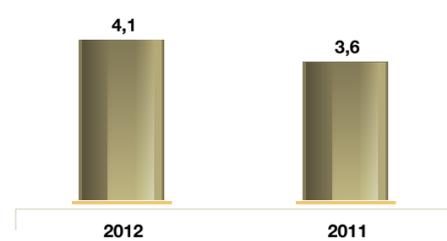
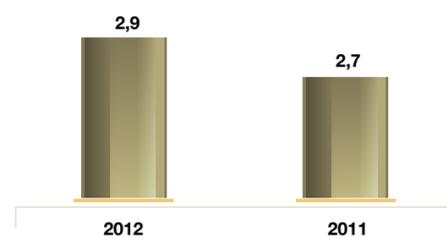


AUTOMÓVEL COM DPVAT



DANOS

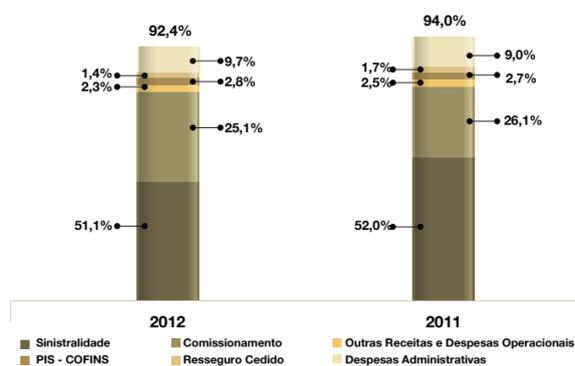


PRINCIPAIS MAGNITUDES

Balço Combinado em milhões de R\$			
	2012	2011	Varição
Combinado Patrimonial			
Ativos financeiros	8.303,5	8.831,1	-6,0%
Créditos de operações com seguros e resseguros	3.810,6	2.710,9	40,6%
Ativos de resseguro - provisões técnicas	1.138,0	990,1	14,9%
Títulos de crédito a receber	2.839,6	2.241,2	26,7%
Despesas de comercialização diferidas	1.398,1	1.083,8	29,0%
Imobilizado	112,2	101,3	10,8%
Intangível	759,6	864,1	-12,1%
Outros ativos	249,0	378,1	-34,1%
Ativos Totais	18.610,6	17.200,6	8,2%
Contas a pagar	1.252,1	1.156,3	8,3%
Débitos de operações com seguros e resseguros	1.633,5	969,3	68,5%
Provisões técnicas - seguros	8.990,1	7.576,4	18,7%
Provisões técnicas - previdência complementar	-	1.099,9	-
Outros débitos	1.849,1	1.666,4	11,0%
Patrimônio líquido consolidado	4.885,8	4.732,4	3,2%
Passivos Totais	18.610,6	17.200,6	8,2%
Resultado Combinado			
Prêmios emitidos líquidos	11.321,5	9.602,6	17,9%
Prêmios ganhos	9.963,3	9.067,6	9,9%
Receita com emissão de apólice	213,2	263,7	-19,1%
Sinistros ocorridos	(5.092,9)	(4.717,2)	8,0%
Custos de aquisição de seguros	(2.496,5)	(2.370,8)	5,3%
Operações de previdência	(2,5)	3,6	-169,8%
Outras receitas/despesas operacionais com seguros	(436,6)	(486,6)	-10,3%
Resultado com resseguro	(143,9)	(155,3)	-7,3%
Despesas administrativas	(972,2)	(815,0)	19,3%
Despesas com tributos	(278,7)	(245,5)	13,5%
Resultado financeiro	645,7	604,7	6,8%
Resultado patrimonial	(0,2)	2,9	-107,9%
Resultado operacional	1.398,6	1.151,9	21,4%
Ganhos ou perdas com ativos não correntes	0,1	2,9	-96,3%
Resultado antes de impostos e participações	1.398,7	1.154,8	21,1%
Impostos	(463,1)	(442,2)	4,7%
Participações sobre resultado	(51,1)	(26,4)	93,7%
Lucro Líquido do Exercício	884,4	(8) 686,2	28,9%
Lucro Líquido Recorrente sobre Prêmio Ganho	884,4	(8) 742,5	19,1%
Indicadores			
Índice de Sinistralidade (1)	51,1%	52,0%	(0,9)
Índice de Despesas Administrativas (2)	9,8%	9,0%	0,8
Índice Financeiro (3)	6,5%	6,7%	(0,2)
Índice de Comissionamento	25,1%	26,1%	(1,1)
Índice Combinado (4)	92,4%	94,0%	(1,6)
Índice Ampliado (5)	85,9%	87,4%	(1,4)
Rentabilidade operacional (6)	14,0%	12,7%	1,3
Rentabilidade do PL (em % do PL) (7)	22,1%	N/A	
Lucro Líquido Recorrente sobre Prêmio Ganho	8,9%	8,2%	0,7

(1) Índice de sinistros calculado sobre Prêmio Ganho
 (2) Índice de despesas administrativas calculado sobre Prêmio Ganho
 (3) Índice de receita financeira calculado sobre Prêmio Ganho
 (4) Índice combinado calculado sobre Prêmio Ganho
 (5) Índice ampliado calculado sobre Prêmio Ganho
 (6) Resultado Operacional sobre Prêmio Ganho
 (7) Lucro Líquido sobre PL, sem Agio
 (8) O lucro líquido de 2011 de R\$ 686,2 milhões representa o resultado combinado divulgado em 2011, de R\$ 813,9 milhões, ajustado em R\$ 127,7 milhões, referente à reversão do crédito tributário de IRPJ e à constituição do passivo fiscal diferido de CSLL nas empresas Aliança Participações e AliançaRev Participações, calculado sobre a amortização fiscal do ágio relativo aos investimentos na Companhia de Seguros Aliança do Brasil e Brasilveículos Companhia de Seguros. Do total ajustado, R\$ 56,3 milhões são relativos a períodos anteriores a 2011, expurgados do cálculo do lucro líquido recorrente que totaliza, R\$ 742,5 milhões.

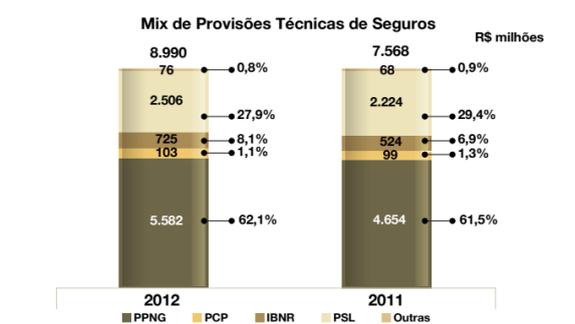
Índice Combinado



Em 2012, o **lucro antes dos impostos e participações** totalizou **R\$ 1,4 bilhão** (R\$ 1,2 bilhão em 2011). O **lucro líquido recorrente** totalizou **R\$ 884,4 milhões** (R\$ 742,5 milhões em 2011), apresentando o crescimento de 19,1%. Esse desempenho é reflexo da política de eficiência operacional e controle de riscos e do aproveitamento de sinergias entre as áreas do GRUPO.



As **provisões técnicas de seguros** do GRUPO totalizaram **R\$ 8,9 bilhões** (R\$ 7,6 bilhões em 2011), um incremento de 18,7% em relação ao mesmo período do ano anterior.



O **patrimônio líquido** do GRUPO totalizou **R\$ 4,9 bilhões** em 2012 (R\$ 4,7 bilhões em 2011). Os **ativos totais** alcançaram a marca de **R\$ 18,6 bilhões**, um incremento de 8,2% em relação a 2011 (R\$ 17,2 bilhões). Em 2012, o GRUPO registrou uma taxa de **retorno sobre os investimentos** (ROE - Return on Equity), ajustada, de **22,1%**.

IV. GRUPO BB E MAPFRE X MERCADO BRASILEIRO

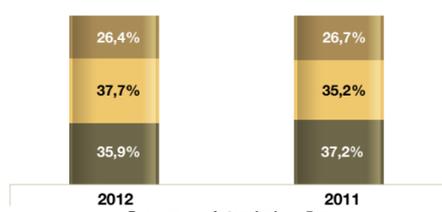
Em 2012, o GRUPO consolidou sua posição de líder nos ramos em que atua, com participação total de 16,2% no ranking nacional. Considerando o mercado brasileiro total que inclui os produtos de acumulação (PGBL, VGBL e produtos tradicionais), o GRUPO encerrou o ano com participação de 7,3%, o que lhe garante a 4ª posição no ranking do setor. Vale ressaltar que o GRUPO obteve o maior ganho de *market share* nos ramos em que atua, saltou de 15,6% em 2011 para 16,2% em 2012. O GRUPO ocupa posição de destaque nos diferentes ramos de seguros. É líder no segmento de pessoas (crescimento de 26,3% em relação a 2011, atingindo 19,6% de *market share*) e agronegócios (com crescimento de 22,4% em relação a 2011, com 66,4% de *market share*).

Ocupa a 2ª posição no mercado de seguros gerais, tanto no segmento de automóvel, com 14,4% de participação e crescimento de 13,9%, como nos demais segmentos de danos, com 12,8% de crescimento e 15,1% de *market share*.

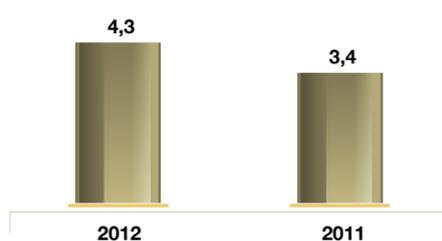
a. Participação de mercado

Ramo	Ranking		Participação	
	2012	2011	2012	2011
Pessoas	1º	1º	19,6%	17,7%
Automóvel	2º	2º	14,4%	14,5%
Danos	2º	2º	15,1%	14,9%
Total	1º	1º	16,2%	15,6%

b. Mix de prêmios líquidos emitidos



c. Evolução de Prêmios Emitidos - bilhões RISCOS DE PESSOAS



I. GRUPO SEGURADOR BB E MAPFRE

Em 2010 foi iniciada a união estratégica entre o Banco do Brasil e a MAPFRE Seguros.

O **Banco do Brasil (BB)**, o maior banco do país, possui mais de 50 milhões de clientes e administra carteira de ativos de R\$ 1,2 trilhão. Conta com mais de 114 mil colaboradores e uma rede de atendimento de mais de 5 mil agências e 44 mil caixas eletrônicos, estando presente em mais de 5.400 municípios brasileiros. Além disso, o **BB** vem ampliando sua presença internacional, contando hoje com operações em 24 países, divididas em agências, subagências, unidades de negócios/escritórios e subsidiárias.

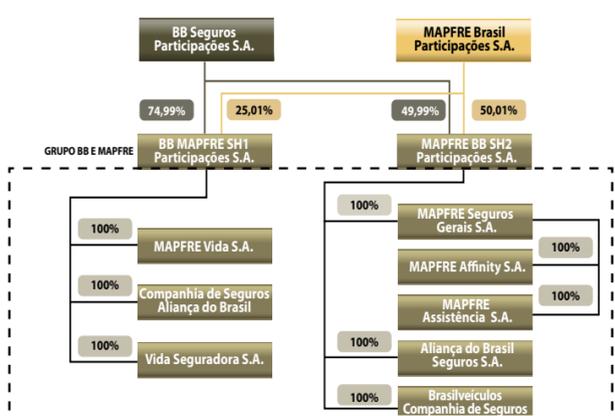
A **MAPFRE** está presente em 46 países, na Europa, na Ásia, na África e na América. Atua, em especial, nos mercados de seguros, resseguros e assistências. É líder no mercado segurador espanhol, ocupa a primeira posição no negócio de seguros patrimoniais da América Latina. Para atender os seus mais de 70 milhões de clientes, o Grupo MAPFRE conta com mais de 36 mil colaboradores, 5.300 filiais e 60 mil corretores.

A parceria foi oficializada em 30 de junho de 2011, após a autorização dos órgãos reguladores, dando origem ao **GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE**, representado por duas Sociedades Holdings: BB MAPFRE SH1 Participações S.A. e MAPFRE BB SH2 Participações S.A.

A BB MAPFRE SH1 Participações S.A. participa como acionista em companhias de seguros que atuam nos ramos de seguros rurais, imobiliários e de vida e acidentes pessoais. São elas: Companhia de Seguros Aliança do Brasil, MAPFRE Vida S.A. e Vida Seguradora S.A.

Já a MAPFRE BB SH2 Participações S.A. participa como acionista em seguradoras que desenvolvem atividades relacionadas a operações nos ramos de seguros de ramos elementares, incluindo seguros de automóveis, residenciais, indústrias, rurais, imobiliários e de vida e acidentes pessoais quando comercializados em grandes distribuidores (canais affinities). São elas: MAPFRE Seguros Gerais S.A., Aliança do Brasil Seguros S.A., MAPFRE Affinity S.A., Brasilveículos Companhia de Seguros e MAPFRE Assistência S.A.

Atual estrutura:



f. Rede de distribuição e atendimento

Com uma estratégia multicanal para atender os seus mais de 25 milhões de clientes, o GRUPO possui uma ampla rede de distribuição estruturada da seguinte maneira:

- a. Banco do Brasil: 63,3 mil pontos de atendimento, compostos por 5,4 mil agências bancárias, 44,3 mil terminais de autoatendimento, 4,9 mil salas de autoatendimento e 8,7 mil Postos de atenção (PAB).
- b. Rede MAPFRE: 18 diretorias territoriais, 127 sucursais e cerca de 16 mil corretores.
- c. Affinities: acordos comerciais que agregam mais de 50 mil pontos de distribuição em todo o território nacional.

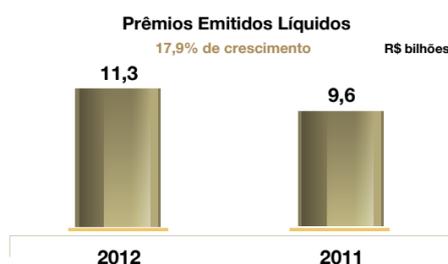
Nossas Centrais de Relacionamento (com mais de 2 mil posições), nossos 4 mil prestadores e 57 P.A.R.E (Posto de Atendimento Rápido Especializado) realizaram, em conjunto, 5,7 milhões de atendimentos e 626 mil serviços de assistências.

II. POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO

- Presente em todo o território nacional, o GRUPO se posiciona como provedor de soluções em produtos inovadores e serviços de qualidade suportados por processos e sistemas simples, preservando o equilíbrio entre os nossos múltiplos canais de distribuição: rede bancária, corretores e canais affinities, que coordenam programas exclusivos para redes varejistas, concessionárias, cooperativas, instituições financeiras e grandes corporações.
- O Planejamento Estratégico do GRUPO está pautado em ações com foco em inovação, agilidade, comunicação, crescimento sustentável, eficiência operacional e administrativa.
- A liderança tem papel fundamental como o indutor do desenvolvimento, energia intelectual, emocional, equilíbrio entre a gestão técnica e de equipes, assegurando um ambiente de trabalho superior, estimulando a qualidade de vida, o respeito às pessoas, a credibilidade e o orgulho por meio de equipes motivadas e integradas, focados no auto desenvolvimento com remuneração e reconhecimentos baseados em mérito. Fazemos tudo isso para preservar e ampliar o principal ativo: nossos clientes.

III. DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

Os **prêmios emitidos** do GRUPO totalizaram R\$ 11,3 bilhões em 2012, um crescimento de 17,9% em relação a 2011 (R\$ 9,6 bilhões).



O índice de **sinistralidade** do GRUPO em 2012 ficou em 51,1%, 1 p.p. (ponto percentual) abaixo quando comparado com o ano anterior (52,0% em 2011). Um dos menores do mercado, decorrente das políticas de subscrição e gestão eficiente na regulação de sinistros sobre prêmios ganhos. O índice de **comissionamento** geral foi de 25,1% (26,1% em 2011), e as despesas administrativas representaram 9,8% (9,0% em 2011).

V. FATOS RELEVANTES

a. Produtos

As seguradoras do GRUPO foram as primeiras a receber autorização da Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) para atuar no ramo de microsseguros de pessoas e danos. Por meio de portarias publicadas em dezembro no Diário Oficial da União, a MAPFRE Seguros Gerais, a Aliança do Brasil Seguros S.A., a Companhia de Seguros Aliança do Brasil e a MAPFRE Affinity Seguradora receberam autorização para operar em microsseguros de danos e de pessoas em todo o território nacional. Já a Vida Seguradora S.A. e a MAPFRE Vida S.A. estão autorizadas a captar microsseguros de pessoas nacionalmente. Para atuar neste segmento, o GRUPO desenvolveu um projeto piloto com os moradores da comunidade do Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro.

O GRUPO apresentou um incremento importante em seu portfólio, com a unificação de produtos para as redes MAPFRE e Banco do Brasil, com lançamentos no segmento de Pessoas, Automóveis e Agronegócios. São mais de 100 opções para pessoas físicas e jurídicas.

b. Venda carteira rural

Em 14 de março de 2012, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) aprovou a parceria entre Banco do Brasil e MAPFRE Seguros, porém determinou a venda da carteira de seguro rural da MAPFRE Seguros Gerais. Com base nessa determinação, em 11 de setembro de 2012, a Seguradora firmou instrumento particular de venda da carteira com a Companhia Excelsior de Seguros. Em 21 de dezembro de 2012, foi protocolado junto ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) o pedido da referida operação, cujo aval, sem restrições, foi concedido pelo órgão e publicado no Diário Oficial da União de 11 de janeiro de 2013.

c. Reestruturação societária

Visando a simplificação do modelo operacional e da estrutura societária do GRUPO, em 30 de novembro de 2012, foram incorporadas as empresas, Aliança Participações S.A., MAPFRE Participações Ltda. e Aliança Rev Participações S.A.

d. Atendimento



Call Center

A estrutura de atendimento aos clientes foi ampliada com a abertura da quinta central de relacionamento do GRUPO, na cidade de São Carlos, São Paulo, com 955 posições de atendimento. Essa unidade irá gerar mais de 1.700 empregos diretos na região.



Maior rede de prestadores do país

e. Premiações

Em 2012 o GRUPO foi reconhecido e premiado pela seu compromisso com a sociedade.

- 100 MELHORES EMPRESAS PARA TRABALHAR NA AMÉRICA LATINA - Great Place to Work (GPTW) - 13ª Melhor Empresa
- 100 MELHORES EMPRESAS PARA TRABALHAR NO BRASIL - Great Place to Work (GPTW) - 67ª Melhor Empresa
- Prêmio CNseg de Sustentabilidade - 2º lugar pela iniciativa das Academias de Sustentabilidade
- 14º Prêmio Abrasca de Melhor Relatório Anual
- TOP de RH 2012 - reconhecimento da relevância da área de Recursos Humanos - ADVB
- PRÊMIO SER HUMANO OSWALDO CHECCHIA - "Gestão Humanizada de RH: Integra Empresa, Colaborador, Família e Sociedade" - ABRH
- Prêmio Fides: Federação Interamericana de Seguradoras selecionou iniciativa do Grupo BB e MAPFRE de democratização de microsseguros
- Prêmio IBRC: GRUPO BB e MAPFRE é premiado como uma das melhores empresas em atendimento ao cliente.

VI. SUSTENTABILIDADE NO GRUPO BB E MAPFRE

Ao cumprir com o seu papel de proteger pessoas, bens e negócios, o GRUPO contribui para promover o desenvolvimento sustentável do país. No segmento segurador, cuja principal atividade é gerenciar e assumir riscos, o GRUPO destaca-se com a adoção de um posicionamento estratégico, com foco na mitigação dos riscos e na identificação das oportunidades apresentadas pelos novos desafios sociais, ambientais e econômicos.

Esse posicionamento inclui um olhar para todas as atividades do GRUPO e também para a promoção de valor compartilhado com seus públicos, disseminando entre todos os envolvidos novas formas de prevenção e proteção.

a. Modelo de Gestão da Sustentabilidade

O GRUPO procura engajar seus *stakeholders* e promover o entendimento de uma atuação sustentável, gerando valor para a sociedade. Esse conceito de sustentabilidade está totalmente integrado à sua estratégia de negócios, que considera os aspectos socioambientais envolvidos em todas as suas atividades.

Para tornar mais efetivo o seu posicionamento em prol da sustentabilidade, o GRUPO investe na constante revisão de processos, no desenvolvimento de iniciativas e no entendimento das demandas e características dos diversos públicos de interesse: unidades internas, unidades de negócio e *stakeholders*.

b. Destaques 2012: temas-chave, estratégias e iniciativas.

O GRUPO consolidou o processo de gestão para a sustentabilidade, integrando sua atuação em termos de estratégia, práticas e políticas. Esse posicionamento foi reforçado com a publicação de três importantes políticas que passaram a fornecer diretrizes para integrar a sustentabilidade no dia-a-dia dos negócios: Política de Relacionamento Sustentável com Fornecedores, Política de Gestão Ambiental e Política de Investimento Social Privado.

PSI

Em 2012, o GRUPO participou de uma iniciativa histórica: o Lançamento dos Princípios para a Sustentabilidade em Seguros (UN PSI). Essa é uma ação promovida pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, que culminou com a criação de quatro princípios em busca de uma atuação mais sustentável entre as empresas do setor de seguros. O compromisso foi lançado durante a Rio +20, em junho, e desde então o GRUPO vem desenvolvendo iniciativas para instruir seus *stakeholders* sobre os princípios.

ACADEMIAS DE SUSTENTABILIDADE



Academia de Sustentabilidade em Campinas

Com os encontros da Academia de Sustentabilidade promovidos em 2012, o GRUPO reforçou o investimento na formação de seus principais *stakeholders* para uma atuação sustentável. Ao todo, foram beneficiadas 1.362 pessoas, entre colaboradores, corretores e representantes de empresas fornecedoras. A iniciativa foi reconhecida com o Prêmio CNseg de Sustentabilidade 2012.



Academia de Sustentabilidade em Ribeirão Preto

PROJETOS DE EFICIÊNCIA

Com a realização de ações de ecoeficiência, o GRUPO também consolidou resultados positivos para o meio ambiente. O projeto de Eficiência Energética reduziu em 55% o consumo de energia elétrica do edifício de Alphaville (SP). Já o projeto Frente e Verso gerou uma economia de aproximadamente 700 mil folhas de papel.

PROJETOS SOCIOCULTURAIS



CCBB sedia a exposição sobre impressionismo

O GRUPO patrocinou diversos projetos socioculturais em 2012, com destaque para a exposição Impressionismo: Paris e a Modernidade, que recebeu o prêmio de Melhor Exposição Internacional de 2012 pela APCA e Melhor Evento e Melhor Exposição pelo Guia da Folha. As obras foram expostas em São Paulo e no Rio de Janeiro, recebendo um total de 886 mil visitantes nas salas do Centro Cultural Banco do Brasil. Os projetos de apoio à cultura e ao esporte, com foco em crianças e adolescentes, totalizaram mais de 1,5 milhão de beneficiados.

c. Valor Compartilhado

No GRUPO, a sustentabilidade é fortalecida pelo Modelo de Geração de Valor Compartilhado, que busca oportunidades a partir das demandas e necessidades dos *stakeholders*, das unidades de apoio e atendimento e das unidades de negócio.

Para garantir que suas ações gerem valor efetivo para esse público, o GRUPO procura seguir uma estratégia sólida, desenvolver e se orientar por políticas internas, promover iniciativas alinhadas aos objetivos do negócio e então mensurar e divulgar seus resultados para todos os públicos, comprovando o valor gerado.

d. Geração de Valor "De Dentro para Fora"

Para fortalecer seu posicionamento sustentável, o GRUPO investe continuamente na revisão de processos internos e no desenvolvimento de programas que agreguem valor ao negócio e se traduzam em ganhos para o meio ambiente e para a sociedade.

Em 2012, foi implantada a Política de Gestão Ambiental, que estabelece as diretrizes que norteiam as responsabilidades e o compromisso ambiental do GRUPO. O documento considera o relacionamento do GRUPO com seus *stakeholders*, baseando-se em três principais temas: conscientização ambiental, ecoeficiência e resultados ambientais.

e. Geração de valor por produtos e serviços

Cada produto e serviço que o GRUPO oferece é desenvolvido para atender as demandas particulares de risco dos seus clientes. Um olhar sustentável na gestão atribui maior valor à sua atuação, identificando as questões-chave socioambientais que se aplicam à cadeia de valor de cada uma das unidades de negócio.

Nesse sentido, foi iniciado um projeto de desenvolvimento comunitário de regiões rurais em parceria com a Diretoria Geral de Agronegócios, com o objetivo de modificar a situação sócioeconômica de comunidades no entorno de clientes, gerando valor compartilhado para cada parte.

Uma série de discussões foram promovidas, com o objetivo de implementar projetos que atendam demandas diretas relacionadas às unidades de negócio do GRUPO. Também foram debatidas iniciativas relacionadas ao descarte adequado de veículos e eficiência energética na unidade de Automóvel; ao cuidado com a saúde da mulher, na unidade de Riscos de Pessoas; e aos riscos socioambientais associados aos contratos e definição de "selos de qualidade" na unidade de Grandes Riscos.



Projeto Anjos da Guarda

O GRUPO também lançou em 2012 o Projeto Anjos da Guarda que consiste no rápido envio do serviço de socorro mecânico e de apoio técnico ao segurado por meio de profissionais qualificados a prestar os primeiros serviços de assistência, utilizando bicicletas elétricas. Além de auxiliar nas questões da mobilidade urbana e do meio ambiente, o projeto reforça a preocupação do GRUPO com a qualidade do atendimento ao cliente.

f. Distribuição do Valor Adicionado (DVA)

Em 2012, a riqueza gerada pelo GRUPO totalizou R\$ 12,2 milhões, um incremento de 13,6% em relação a 2011 (R\$ 10,7 milhões). O valor adicionado líquido à disposição do GRUPO cresceu 33,3% sobre o ano anterior, totalizando R\$ 2,9 milhões em 2012 (R\$ 2,2 milhões em 2011). Esses recursos foram assim distribuídos:

- R\$ 512 milhões para a remuneração de 5.741 colaboradores, com a geração de 844 empregos e investimentos em treinamento: 247 mil horas. (R\$ 400 milhões em 2011).
- R\$ 1,5 bilhão para o pagamento de impostos, contribuições, tributos e taxas. (R\$ 1,1 bilhão em 2011).
- R\$ 359 milhões em valores retidos que foram incorporados ao patrimônio líquido dos acionistas, considerando a participação de acionistas minoritários. (R\$ 506 milhões em 2011).
- Em 2012, o GRUPO indenizou seus clientes com mais de R\$ 4,3 bilhões nas mais diversas linhas de negócios.

DEMONSTRAÇÃO CONSOLIDADA DO VALOR

ADICIONADO

em milhões de R\$

	2012	2011
Receita total com IOF (riqueza gerada)	12.179	10.718
Custos e devolução de atividade	(4.351)	(4.356)
Aumento das reversas e da poupança acumulada	(1.275)	(625)
VALOR ADICIONADO BRUTO	6.553	5.737
Custo do valor adicionado	(3.633)	(3.548)
Valor adicionado por terceiros	4	6
VALOR ADICIONADO À DISPOSIÇÃO DO GRUPO SEGURADOR	(3.629)	(3.542)
DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO A DISPOSIÇÃO DO GRUPO SEGURADOR		
Remuneração do trabalho	512	400
Remuneração do Governo	1.527	1.108
Dividendos	526	180
Valor retido	359	506
DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO	2.924	2.194
Incorporação ao patrimônio líquido	359	506