

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE  
2008

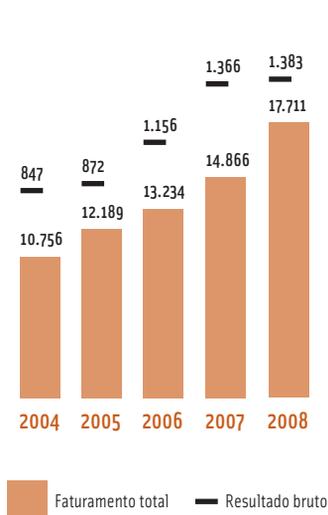


**MAPFRE**  
**SEGUROS**

# Magnitudes básicas: MAPFRE no mundo

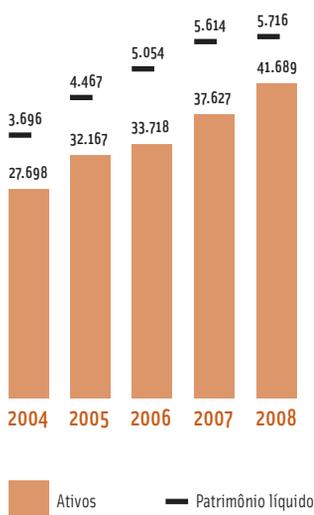
## FATURAMENTO E RESULTADOS

Dados em milhões de euros



## ATIVOS E PATRIMÔNIO LÍQUIDO

Dados em milhões de euros



## CONTA DE RESULTADOS

	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Faturamento total</b>	<b>10.756</b>	<b>12.189</b>	<b>13.234</b>	<b>14.866</b>	<b>17.711</b>
<b>Prêmios de seguro emitidos e aceitos</b>	<b>8.912</b>	<b>10.110</b>	<b>10.933</b>	<b>12.311</b>	<b>14.305</b>
Não Vida	6.736	7.801	8.453	9.293	10.891
Vida	2.176	2.309	2.480	3.018	3.414
Resultado do negócio de Não Vida	702	684	920	1.104	1.199
Resultado do negócio de Vida	127	128	171	204	265
Resultado de outras atividades	19	60	65	57	(80)
<b>Resultado antes de impostos</b>	<b>847</b>	<b>872</b>	<b>1.156</b>	<b>1.366</b>	<b>1.383</b>
<b>Resultado líquido</b>	<b>405</b>	<b>458</b>	<b>610</b>	<b>731</b>	<b>901</b>
Fundos administrados de terceiros – operações de Vida	17.564	19.585	20.536	24.149	23.293

Dados em milhões de euros

## INDICADORES DE GESTÃO

	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Não Vida</b>					
Índice de sinistralidade líquida de resseguro	70,2%	73,5%	69,0%	68,0%	68,8%
Índice de despesas líquidas de resseguro	21,8%	22,1%	24,9%	24,6%	25,1%
Índice combinado líquido de resseguro	92,0%	95,6%	93,9%	92,6%	93,9%
<b>Vida</b>					
Despesas na operação / Provisões (MAPFRE Vida)	0,90%	0,91%	0,89%	0,88%	0,92%
<b>Rentabilidade sobre patrimônio líquido</b>	<b>12,5%</b>	<b>12,4%</b>	<b>16,1%</b>	<b>17,5%</b>	<b>19,5%</b>

## BALANÇO PATRIMONIAL

	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Imóveis, investimentos e tesouraria</b>	<b>22.601</b>	<b>25.409</b>	<b>26.617</b>	<b>29.137</b>	<b>31.148</b>
Imóveis (inclusive uso próprio)	1.201	1.365	1.588	1.760	1.849
Ações e fundos de investimento	1.526	1.713	2.333	2.447	1.468
Renda fixa	16.576	19.835	20.169	21.764	24.206
Outros investimentos (inclui <i>unit link</i> )	1.843	1.071	1.105	1.526	2.210
Tesouraria	1.454	1.424	1.422	1.639	1.415
<b>Provisões técnicas</b>	<b>20.257</b>	<b>23.317</b>	<b>24.027</b>	<b>26.781</b>	<b>28.857</b>
Provisão para prêmios não ganhos	2.937	3.541	3.854	4.308	4.882
Provisão para seguros de Vida	13.318	14.741	14.826	16.222	16.195
Provisão para sinistros	3.384	4.425	4.733	5.476	6.409
Outras provisões (inclui <i>unit link</i> )	618	610	614	776	1.371
<b>Patrimônio líquido</b>	<b>3.696</b>	<b>4.467</b>	<b>5.054</b>	<b>5.614</b>	<b>5.716</b>
Capital e reservas	2.061	3.535	4.026	4.331	4.902
Participação minoritária	1.635	932	1.028	1.283	814
<b>Total Ativo</b>	<b>27.698</b>	<b>32.167</b>	<b>33.718</b>	<b>37.627</b>	<b>41.689</b>

Dados em milhões de euros

(\*) Valores pro forma para o caso dos exercícios 2004, 2005 e 2006.

## MUTAÇÃO DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO CONSOLIDADO

	2007	2008
<b>Saldo em 1 de janeiro</b>	<b>5.054</b>	<b>5.614</b>
Entradas e saídas reconhecidas diretamente no patrimônio líquido		
Por investimentos disponíveis para a venda	(525)	(648)
Por diferenças de conversão	(36)	(116)
Por aplicação de <i>shadow accounting</i> em provisões de Vida	412	153
<b>TOTAL</b>	<b>(149)</b>	<b>(611)</b>
Resultado do exercício	972	996
Distribuição do resultado do exercício anterior	(132)	(203)
Outras mutações do patrimônio líquido	(131)	(80)
<b>Saldo em 31 de dezembro</b>	<b>5.614</b>	<b>5.716</b>

Dados em milhões de euros

## DISTRIBUIÇÃO E IMPLANTAÇÃO DO NEGÓCIO

	2004	2005	2006	2007	2008
Número de países com presença	38	38	39	43	45
Número de colaboradores	19.920	24.967	28.006	30.615	34.603
Espanha	10.358	14.412	15.725	16.671	16.838
Outros países	9.562	10.555	12.281	13.944	17.765
Número de escritórios	3.812	4.273	4.712	5.458	5.789
Espanha	2.788	2.861	2.910	3.090	3.243
América – seguro direto	922	1.284	1.665	1.890	2.002
Outros países	102	128	137	478	544
Distribuição territorial do negócio por prêmios de seguro					
Espanha	72%	69%	65%	64%	55%
América – seguro direto	18%	20%	22%	24%	24%
Outros países	10%	11%	13%	12%	21%

## PARTICIPAÇÃO NO MERCADO

	2004	2005	2006	2007	2008
Participação na Espanha sobre prêmios					
Automóveis	20,2%	21,0%	20,4%	20,5%	20,6%
Saúde	7,7%	7,9%	7,8%	7,8%	7,9%
Seguros Gerais (exceto Automóvel)	18,0%	18,3%	18,1%	18,2%	18,2%
Vida	9,9%	9,2%	8,3%	10,3%	9,7%
Total	14,2%	14,2%	13,5%	14,4%	13,9%
Participação na Espanha Vida sobre provisões técnicas	10,6%	10,4%	10,3%	11,4%	11,4%
Participação na América Latina sobre prêmios Não Vida	5,7%	6,1%	6,2%	6,1%	n. d.

## RATINGS

	AGÊNCIA	2007	2008
MAPFRE S.A. – Rating de crédito emissor	STANDARD & POOR'S	A+	A+
Rating de fortaleza financeira			
MAPFRE RE	STANDARD & POOR'S	AA	AA
MAPFRE RE	AM BEST	A+	A+
MAPFRE EMPRESAS	STANDAR & POOR'S	AA	AA
MAPFRE EMPRESAS	MOODY'S	-	Aa3
MAPFRE ASSISTÊNCIA	MOODY'S	A1	A1



# SUMÁRIO

<b>1. SOBRE O RELATÓRIO</b>	<b>4</b>	<b>8. FUNDAÇÃO MAPFRE</b>	<b>80</b>
Relatório de Sustentabilidade MAPFRE 2008 .....	6	Prevenção de Acidentes.....	83
Verificação Externa e Auditoria .....	8	Arte e Cultura.....	86
<b>2. SOBRE A MAPFRE</b>	<b>10</b>	Formação e Difusão da Cultura de Seguros.....	87
MAPFRE no Mundo.....	12	Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente .....	88
MAPFRE no Brasil .....	13	Ação Social .....	90
Missão, Visão, Princípios Institucionais e Valores ...	15	Principais parceiros da Fundação MAPFRE e MAPFRE Responsabilidade Social Corporativa ....	91
Principais Indicadores.....	17	<b>9. INDICADORES SOCIAIS</b>	<b>92</b>
Pactos e Reconhecimento .....	20	Indicadores Ethos Qualitativos .....	94
<b>3. MENSAGEM DO PRESIDENTE</b>	<b>24</b>	Indicadores Ethos Quantitativos.....	99
<b>4. O NEGÓCIO DA MAPFRE</b>	<b>28</b>	Indicadores Ibase .....	103
Estratégia e Perspectivas .....	30	Sumário remissivo GRI .....	105
O Mercado Brasileiro de Seguros.....	33	<b>GLOSSÁRIOS</b>	<b>108</b>
Desempenho Operacional .....	34	Glossário de Seguros .....	108
Desempenho Econômico-Financeiro.....	38	Glossário de Responsabilidade Social Corporativa .....	109
Vantagens Competitivas.....	42	<b>INFORMAÇÕES CORPORATIVAS</b>	<b>110</b>
<b>5. GOVERNANÇA CORPORATIVA</b>	<b>46</b>	<b>CRÉDITOS</b>	<b>112</b>
Estrutura Colegiada .....	49		
Estrutura Funcional .....	51		
<b>6. GESTÃO DE RISCOS</b>	<b>54</b>		
Operacionais .....	56		
Financeiros .....	57		
<b>7. GESTÃO PARA A SUSTENTABILIDADE</b>	<b>58</b>		
Estrutura da Gestão .....	60		
Gestão da Ética e Transparência .....	62		
Práticas Responsáveis.....	62		
Desafios e Perspectivas 2009.....	79		



# 1. | SOBRE O RELATÓRIO

# SOBRE O RELATÓRIO

## Relatório de Sustentabilidade MAPFRE 2008

**P**elo terceiro ano consecutivo, a MAPFRE divulga seus resultados de acordo com as diretrizes internacionais da GRI (*Global Reporting Initiative*). Esta edição também está alinhada com as diretrizes do Instituto Ethos e do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase). (GRI 3.9)

Um dos avanços promovidos pelo Grupo em 2008 foi a incorporação do Relatório Anual ao Balanço Social em uma peça única – o Relatório de Sustentabilidade MAPFRE 2008 – para comprovar que cada vez mais as iniciativas sociais e de sustentabilidade estão diretamente relacionadas à estratégia e operação do negócio da MAPFRE no Brasil e no mundo. (GRI 3.11)

Outra conquista significativa é que, neste ano, o nível de aplicação do relatório avançou de C+ para B+, graças ao engajamento do Grupo e ao envolvimento dos colaboradores de diversas

áreas envolvidos nesse processo. Assim como no ano anterior, o conteúdo do relatório foi submetido à verificação externa, como também foram promovidos encontros para definição da materialidade, realizados com *stakeholders* internos e externos. (GRI 3.5, 3.7, 3.11, 3.13)

Com a aplicação do modelo GRI, o Grupo MAPFRE busca reforçar o relacionamento com todas as partes interessadas: colaboradores, comunidade, corretores, parceiros de negócio, segurados, acionistas, governo e sociedade. A expectativa é que este trabalho também sirva como ferramenta de aprimoramento do modelo de gestão, demonstrando de que forma os valores e princípios do Grupo contribuem para a evolução das questões sociais e ambientais.

Neste relatório estão apresentados os resultados econômico-financeiros, sociais e ambientais das operações mantidas pela MAPFRE no Brasil,

relativos ao período de 1º de janeiro de 2008 a 31 de dezembro de 2008. O último relatório publicado compreendeu o ano de 2007 (1º de janeiro de 2007 a 31 de dezembro de 2007). Para esta publicação não houve reformulações das informações publicadas nos anos anteriores (GRI 3.1, 3.2, 3.3, 3.6, 3.8, 3.10)

As informações operacionais e financeiras, bem como as comparações que se referem ao mesmo período de 2007 são apresentadas com base em números consolidados e em Reais, de acordo com os padrões brasileiros de contabilidade e a legislação societária vigente. Foram submetidas à auditoria da Ernst & Young Auditores Independentes S.S. a apuração dos dados sociais e ambientais e as demonstrações financeiras do exercício findo em 31 de dezembro de 2008. Também foi submetida à verificação externa da EACH/USP. (GRI 3.9, 3.13)

O processo de desenvolvimento e aprovação deste relatório conta com o envolvimento de colaboradores de diversos níveis da Empresa e com a participação efetiva da Presidência, Vice-Presidências, Diretorias, Superintendências e Gerências.

As informações financeiras presentes nesse relatório dizem respeito às seguintes empresas do Grupo MAPFRE: MAPFRE Vera Cruz Seguradora S/A, MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência

S/A, MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência S/A, MAPFRE Seguradora de Garantias e Crédito S/A, MAPFRE Seguradora de Crédito a Exportação S/A, MARES-MAPFRE Riscos Especiais Seguradora S/A, MAPFRE Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S/A, MAPFRE Capitalização S/A, Vida Seguradora S/A, GVH Participações e Empreendimentos Ltda., Detector Desenvolvimento de Técnicas para Transferência e Administração de Riscos Ltda., Vera Cruz Consultoria Técnica e Administração de Fundos Ltda.

No que diz respeito a alguns indicadores sociais e ambientais, estão incluídas, além das descritas acima, as seguintes empresas do Grupo: CESVI Brasil S/A - Centro de Experimentação e Segurança Viária, Clube MAPFRE do Brasil Ltda., Clube Previdã de Seguridade, Fundação MAPFRE, MAPFRE Re-Consultoria em Resseguros Ltda, Brasil Assistência S/A., ITSEMAP do Brasil Serviços Tecnológicos MAPFRE Ltda.

Esclarecimentos sobre o conteúdo deste relatório ou mais informações sobre a MAPFRE podem ser obtidos pelos seguintes canais de comunicação: (GRI 3.4)

site – [www.mapfre.com.br](http://www.mapfre.com.br)

e-mail – [rsc@mapfre.com.br](mailto:rsc@mapfre.com.br)

telefone – (11) 5112-7847

A MAPFRE agradece o interesse e deseja a todos uma boa leitura.

## Verificação Externa e Auditoria

*Relatório de asseguarção limitada dos auditores independentes sobre o relatório de sustentabilidade*

Ao Grupo MAPFRE Brasil

1. Fomos contratados com o objetivo de assegurarmos o Relatório de Sustentabilidade do “Grupo MAPFRE Brasil”, relativo ao exercício findo em 31 de dezembro de 2008, elaborado sob a responsabilidade de sua administração. Nossa responsabilidade é a de emitir um relatório de asseguarção limitada das informações divulgadas nesse Relatório de Sustentabilidade.
2. O trabalho de asseguarção limitada foi realizado de acordo com a Norma e Procedimentos de Asseguarção – NPO 1 emitida pelo IBRACON – Instituto dos Auditores Independentes do Brasil, e compreendeu: (a) o planejamento dos trabalhos considerando a relevância e o volume das informações apresentadas e o entendimento dos controles internos do “Grupo MAPFRE Brasil”; (b) a indagação e discussão com os profissionais do “Grupo MAPFRE Brasil” para entendimento dos principais critérios e premissas utilizados na elaboração do Relatório de Sustentabilidade; (c) a validação, por meio de testes em bases amostrais, das evidências que suportam os dados qualitativos e quantitativos do Relatório de Sustentabilidade; e (d) o confronto das informações de natureza financeira com os registros contábeis. Os procedimentos aplicados acima permitem um nível de segurança limitada e não contemplam os procedimentos requeridos para emissão de um relatório de asseguarção mais ampla, conforme conceituado na Norma e Procedimentos de Asseguarção – NPO 1.
3. Nosso trabalho teve como objetivo verificar e avaliar se os dados incluídos no Relatório de Sustentabilidade do “Grupo MAPFRE Brasil”, no que tange à obtenção de informações qualitativas, à medição e aos cálculos de informações quantitativas se apresentam em conformidade com os seguintes critérios: i) a Norma Brasileira de Contabilidade NBC T 15 – Informações de Natureza Social e Ambiental; e (ii) as diretrizes para relatórios de sustentabilidade Global Reporting Initiative (GRI G3). As opiniões, informações históricas, informações descritivas e sujeitas a avaliações subjetivas não estão no escopo dos trabalhos desenvolvidos.
4. Com base em nosso trabalho descrito neste relatório, não temos conhecimento de qualquer modificação relevante que deva ser feita nas informações contidas no Relatório de Sustentabilidade do “Grupo MAPFRE Brasil”, relativo ao exercício findo em 31 de dezembro de 2008, para que as mesmas estejam apresentadas adequadamente em todos os aspectos relevantes, em relação aos critérios utilizados no terceiro parágrafo.
5. As informações contidas no Relatório de Sustentabilidade do “Grupo MAPFRE Brasil” relativas ao exercício de 2007 e anteriores, exceto àquelas contidas nas Demonstrações Financeiras por nós auditadas, e apresentadas para fins de comparação, não foram revisadas por nós e nem por outros auditores independentes.

São Paulo, 28 de abril de 2009

ERNST & YOUNG  
Auditores Independentes S.S.  
CRC-2SP15199/O-6

Eduardo Wellichen  
Contador CRC-1SP184050/O-6

**O** Relatório de Sustentabilidade é uma importante ferramenta de comunicação e transparência das práticas empresariais. A MAPFRE entende que este documento é também um instrumento completo de gestão, pois apresenta um diagnóstico das ações econômicas, sociais e ambientais da empresa, possibilitando identificar melhorias a cada ano.

Nesse sentido, por recomendação do GRI – Global Reporting Initiative, o Relatório de Sustentabilidade MAPFRE 2008 foi submetido a uma verificação externa pelo Prof. Dr. George Bedinelli Rossi, da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH/USP).

A EACH/USP é uma organização com credibilidade e independência em relação à MAPFRE, tendo intensa atividade voltada para o desenvolvimento sustentável, que vai desde a produção de conhecimento sobre o tema, até a publicação de livros e a promoção de eventos de relevância no cenário socioambiental e econômico.

A seguir, a avaliação do Prof. Dr. George Bedinelli Rossi:

“A empresa MAPFRE Seguros apresenta fortes indicadores da transparência de suas ações, tanto interna quanto externa. Esta transparência é repassada por meio de vários mecanismos de comunicação, aos seus diversos stakeholders. Essas iniciativas de tornar públicas suas ações revelam engajamento empresarial junto à sociedade e a várias comunidades.

Nesse sentido, suas ações de responsabilidade social em âmbito corporativo estão materializadas e reconhecidas por meio de práticas assistenciais (GRI EC8) e de Educação Ambiental (p.109) dentre outras.

Quanto às práticas de longo prazo, o relatório mostra várias ações que sustentam essa preocupação. Também isto é materializado na descrição

da Visão e Missão da empresa e em sua participação em associações de classe e relacionamento com as comunidades em que se faz presente.

O relatório apresentado pela empresa MAPFRE Seguros é abrangente e ao mesmo tempo descritivo. A abrangência pode ser verificada pelas informações prestadas em termos qualitativos e devidamente explicadas e descritas. Quanto à abrangência, o relatório mostra-se equilibrado ao revelar informações e ações em áreas distintas, porém interligadas, como aquelas relativas ao negócio da empresa e aquelas outras relativas às ações de cunho social. Estas informações, do negócio e do social, apresentam-se bem descritas e quantificadas.

O relatório revela forte preocupação e atenção em facilitar sua leitura e entendimento por parte de todos aqueles interessados em tomar informações acerca dessa empresa. Isto pode ser verificado pela apresentação de gráficos, tabelas e os tópicos apresentados e numerados segundo os indicadores deste relatório.

#### **Conferência dos indicadores mencionados no sumário remissivo GRI**

Os indicadores mencionados no Sumário Remissivo GRI apresentado pela empresa MAPFRE Seguros em seu Relatório de Sustentabilidade 2008 estão reportados no texto apresentado.

### **CONCLUSÃO**

As informações prestadas pela empresa MAPFRE Seguros causam satisfação àqueles que têm como preocupação o desenvolvimento sócio-econômico brasileiro. Esta satisfação ocorre devido à clareza e objetividade dos dados e informações relativas (a) ao negócio da empresa e às descrições econômicas, contábeis e financeiras e (b) àquelas que indicam a preocupação e as devidas ações com seus vários públicos e, em especial, com as comunidades com as quais atua.”



## 2. | SOBRE A MAPFRE



## SOBRE A MAPFRE

### MAPFRE no Mundo

Em 2008, a MAPFRE S/A (*Mutualidad de la Agrupación de Proprietários de Fincas Rústicas de España*) completou 75 anos como um grupo sólido, sendo considerado detentor de um dos mais altos padrões do mercado pela *Standard & Poors* (*AA Very Strong*) e posição marcante nos mercados onde atua: (GRI 2.1)

- › Líder na Espanha e nas Américas no segmento de seguros patrimoniais;
- › Líder no mercado de seguros e resseguros espanhol;
- › Líder no mercado de resseguros na América Latina e Caribe;
- › Líder no mercado de seguros “não-vida” na América Latina e Caribe.
- › Elevada na classificação da revista Forbes de 409º para 315º maior grupo empresarial do mundo

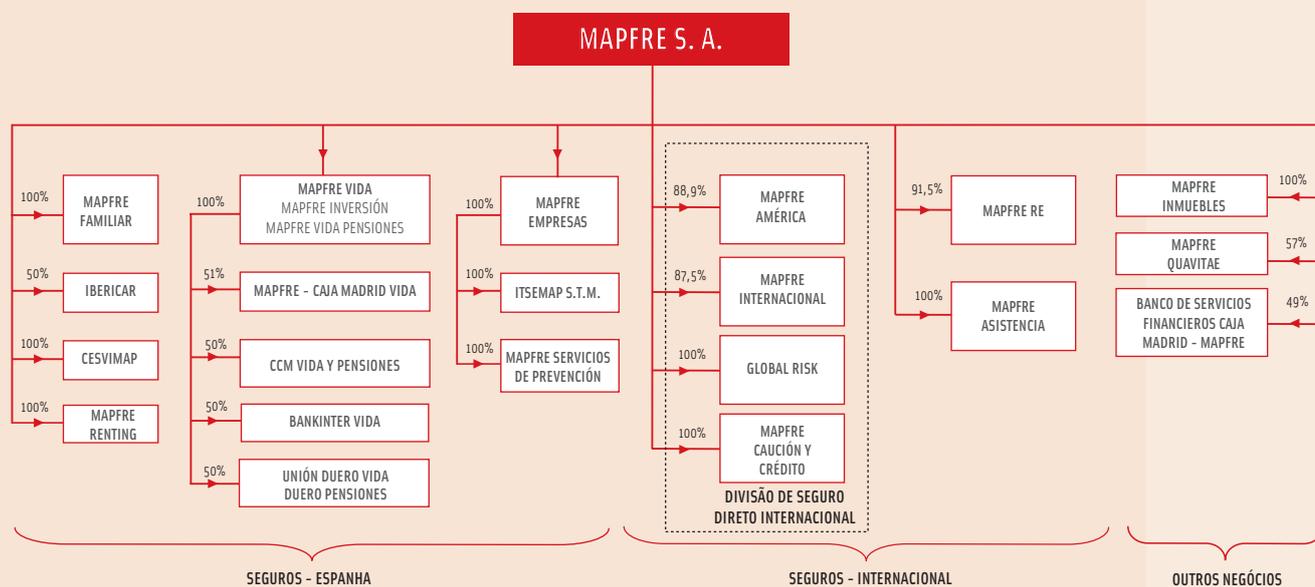
O Sistema MAPFRE nasceu da união de um grupo de proprietários de pequenas áreas agrícolas com o objetivo de prestar assistência a trabalhadores acidentados. Hoje, é líder absoluto do mercado segurador da Espanha, país-sede da Corporação, com participação mundial

expressiva nos segmentos de seguros, resseguros, financeiro e de serviços. Além disso, detém posições de destaque em toda a Europa e América Latina, onde ocupa o primeiro lugar em volume de recursos, e mantém presença física em 21 países da América. (GRI 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6)

A trajetória de sucesso da MAPFRE vem sendo construída com foco em seu principal objetivo: o desenvolvimento de soluções que garantam mais qualidade de vida para seus clientes em todo o mundo. Com resultados expressivos registrados em 2008, a MAPFRE foi um dos poucos grupos seguradores a elevar a média de crescimento e o lucro durante o ano, o que lhe permitiu iniciar o exercício de 2009 com uma sólida posição financeira: lucro líquido de 900,7 milhões de euros, 23,2% superior sobre 2007; prêmios emitidos de 14,3 bilhões de euros; um crescimento de 16,2% em relação ao exercício anterior; e faturamento de 17,7 bilhões de euros.

Esses números demonstram a solidez financeira do grupo que, em linha com seus princípios institucionais de globalidade da oferta, vocação multinacional, especialização e descentralização, iniciou sua expansão internacional em 1984

## ESTRUTURA SOCIETÁRIA E ORGANIZACIONAL



## MAPFRE no Brasil

e hoje atua em 44 países com um total de 250 empresas, 4.273 sucursais, 51,2 mil corretores, 70 milhões de segurados e mais de 30 mil colaboradores em todo o mundo. (GRI 2.8)

Em 2008, os destaques da atuação da MAPFRE no mundo foram: (GRI 2.9)

- Aquisição da seguradora *The Commerce Group* e participação de 50% dos negócios de Vida e Previdência da Caja Duero;
- Reorganização da aliança estratégica com a Caja Madrid;
- Absorção da MAPFRE América Vida pela MAPFRE América;
- Constituição da MAPFRE Familiar, com a integração dos negócios das empresas: MAPFRE Automoviles, MAPFRE Seguros Generales, MAPFRE Caja Salud e alguns negócios da MAPFRE Agropecuária;
- Reorganização da MAPFRE Empresas.

A trajetória do Grupo MAPFRE no mercado brasileiro foi iniciada em 1992, com a aquisição da Vera Cruz Seguradora S/A, e teve continuidade com a consolidação da MAPFRE como um dos mais importantes grupos seguradores do Brasil. (GRI 2.1)

Presente nos 26 estados brasileiros, com sede administrativa em São Paulo, a MAPFRE diferencia-se no mercado por sua atuação regionalizada, que garante o atendimento e o relacionamento com seus clientes e corretores em todo o território nacional, priorizando o conhecimento das necessidades dos diferentes perfis e culturas do país. Esse posicionamento tem permitido à MAPFRE apresentar crescimento sustentado de participação nos diversos segmentos de mercado em que atua. (GRI 2.3, 2.4)

O Grupo MAPFRE oferece 82 soluções personalizadas em seguros, assistência, atividades

financeiras e serviços, divididas em quatro segmentos de mercado: (GRI 2.2, 2.7)

- › Automóvel
- › Vida e Previdência
- › Ramos Elementares
- › Garantias e Crédito

Sétima colocada no ranking nacional do mercado de seguros, a MAPFRE é o maior grupo segurador de capital estrangeiro do Brasil com 122 sucursais, 19 diretorias territoriais, 10.649 corretores ativos, 2.596 colaboradores e mais de 15 milhões de segurados em todo o País. (GRI 2.8)

Em 2008, registrou crescimento em quase todas as linhas de produtos, encerrando o exercício com participação de 4,94% do total do mercado segurador brasileiro; R\$ 3,69 bilhões de faturamento; e R\$ 280 milhões de lucro (antes de participações e impostos). No primeiro semestre do ano, iniciou suas operações no segmento de capitalização, por intermédio de sua controlada MAPFRE Capitalização S/A; e adquiriu o controle acionário indireto da Vida Seguradora S/A. (GRI 2.9)

Com uma estrutura de negócios unificada, consegue aproveitar ao máximo suas competências específicas, além de prover sinergia entre as linhas de negócios e, dessa forma, ser um provedor global de seguros e serviços financeiros. No Brasil, a MAPFRE é representada pelas seguintes empresas: (GRI 2.3, 2.6)

## 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.
- › Vida Seguradora 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 Riscos Ltda.
- › MAPFRE Re-Consultoria em Resseguros Ltda.\*
- › Brasil Assistência S/A.\*
- › ITSEMAP do Brasil Serviços Tecnológicos MAPFRE Ltda.\*
- › MAPFRE Participações Ltda.
- › GHV Participações e Empreendimentos Ltda.

## FUNDAÇÕES E CENTRO DE PESQUISA

- › Fundação MAPFRE
- › Cesvi Brasil – Centro de Experimentação e Segurança Viária Ltda.

\* Empresas com administração independente da MAPFRE Seguros/Brasil.

## Missão, Visão, Princípios Institucionais e Valores

### MISSÃO

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

### VISÃO DE FUTURO

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

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 equitativas, no esforço de alcançarmos objetivos comuns, que gerem crescimento e lucro sustentável.

Operaremos sempre com **fornecedores** de comprovada capacidade técnica, comprometidos com a satisfação 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. (GRI 4.8)

## 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 da gestão se baseia na fixação dos objetivos e no desenvolvimento de políticas de atuação comum à 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 NOS SERVIÇOS 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. (GRI 4.8)

## 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 participa nele 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. (GRI 4.8)

# Principais Indicadores

## OPERACIONAIS E FINANCEIROS (GRI EC1)

R\$ milhões

CONCEITOS	2004	2005	2006	2007	2008
Ativos Financeiros	833	1.122	1.745,8	2.676,7	3.187,2
Créditos de Operações com Seguros	413	641	795,0	904,7	1.156,3
Investimentos	7	230	248,4	34,8	7,5
Imobilizado/Diferido/Intangível	59	80	105,3	359,5	410,3
Outros	222	344	475,2	595,1	782,5
Ativos Totais	1.534	2.416	3.369,7	4.570,7	5.543,6
Provisões Técnicas de Seguros				1.474,6	2.002,7
Provisões Técnicas de Produtos de Acumulação (PGBL+VGBL+Previdência)				872,6	1.118,9
Total Provisões Técnicas				2.347,2	3.121,5
Débito de Operações com Seguros e Resseguros				277,2	304,1
Contingências Passivas				316,4	402,9
Outros Débitos				280,2	262,0
Participação de Minoritários (demais empresas)				44,3	36,5

### PATRIMÔNIO LÍQUIDO DAS SEGURADORAS

Patrimônio Líquido Consolidado	320	494	646,3	934,8	1.009,0
Participação de Minoritários (Empresas MAPFRE)	-	131	270,4	370,5	407,8
Total Patrimônio Líquido Sistema MAPFRE	320	638	916,7	1.305,4	1.416,8
Total do Passivo				4.570,7	5.543,8
Prêmios Emitidos/Cosseguros Aceitos	1.371	1.906	2.585,8	2.969,8	3.598,6
Contribuições Previdência	40	67	83,1	87,6	92,8
Prêmios e Contribuições (8)	1.411	1.973	2.668,9	3.057,5	3.691,4
Sinistros Retidos – Seguros	655	860	1.123,8	1.249,8	1.502,7
Rendas/Resgates Previdência	38	39	39,3	49,1	6,6
Rendas/Resgates e Sinistros	693	900	1.163,2	1.298,9	1.509,3
Resultado Antes de Impostos e Participações	44,9	65,5	136,8	210,5	280,3
(A) Lucro Líquido do Período	27,5	45,3	86,9	154,6	218,6
(B) Participação de Minoritários (Empresas fora do sistema MAPFRE)	0	0,3	6,2	23,0	46,1
Lucro Líquido das Empresas MAPFRE (A-B)	27,5	45,0	80,7	131,5	172,5

### HIGHLIGHTS

Quantidade de Corretores Ativos	7.574	7.935	8.419	9.592	10.649
Quantidade de Empregados (6)	1.497	1.718	2.130	2.286	2.596
Quantidade de Sucursais	80	95	111	122	122

### INDICADORES

Índice de Sinistralidade (1)	59,6%	58,8%	53,9%	51,9%	52,3%
Índice de Despesas Administrativas (2)	12,9%	11,1%	10,2%	10,2%	11,0%
ROE – Retorno sobre o Patrimônio (3)	11,4%	13,6%	18,1%	19,4%	19,4%
Índice Combinado (4)	107,8%	104,1	100,2%	99,1%	97,4%
Índice Ampliado (5)	96,1%	96,5%	94,1%	92,3%	91,1%
Lucratividade s/P. Ganho+Contrib. (7)	2,5%	3,1%	3,8%	5,3%	5,9%
Produtividade por Empregado – R\$ mil	942	1.148	1.253	1.337	1.421
Resultado por Empregado – R\$ mil	19	26	38	68	84

(1) Índice de sinistros calculado sobre Prêmio Ganho (sem a operação de Previdência Complementar)

(2) Índice de despesas administrativas calculado sobre Prêmios Retidos mais Contribuições Retidas

(3) Para elaboração do ROE, excluímos o ágio na aquisição da MAPFRE Nossa Caixa, de R\$ 222 milhões e as respectivas amortizações

(4) Índice combinado calculado sobre Prêmio Ganhos (sem a operação de Previdência Complementar)

(5) Índice ampliado calculado sobre Prêmio Ganhos (sem a operação de Previdência Complementar)

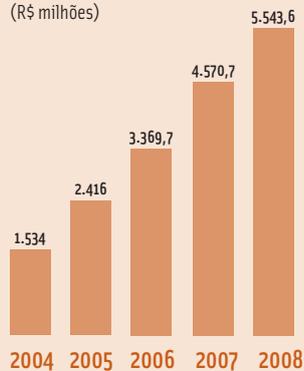
(6) Inclui a divisão de serviços de assistência 24 horas e CLUB MAPFRE

(7) Lucro líquido sobre prêmios ganhos mais contribuições de previdência

(8) O controle da Seguradora MARES ocorreu a partir de março de 2007

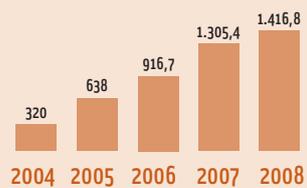
### ATIVOS TOTAIS

(R\$ milhões)



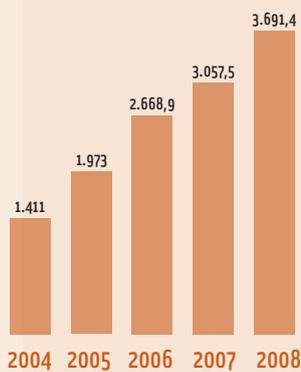
### PATRIMÔNIO LÍQUIDO

(R\$ milhões)



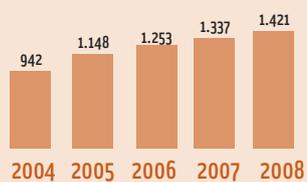
### FATURAMENTO (PRÊMIOS E CONTRIBUIÇÕES)

(R\$ milhões)



### PRODUTIVIDADE POR EMPREGADO

(R\$ mil)



### RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS E PARTICIPAÇÕES

(R\$ milhões)



### RETORNO SOBRE O PATRIMÔNIO (ROE)

(R\$ milhões)



## SUSTENTABILIDADE

### Inserção Profissional e Social

O Programa de Inserção Profissional capacita jovens em início de carreira e adultos que desejam retornar ao mercado de trabalho. Além disso, disponibiliza seus currículos em um portal na Internet para que a MAPFRE e outras empresas possa selecionar candidatos para seus processos seletivos.

### Microseguro

A MAPFRE busca atender as demandas econômicas e sociais do país com a criação do microseguro em parceria com uma das maiores redes varejistas do país, produto destinado a pessoas que ganham até quatro reais por dia. Esta iniciativa amplia o acesso da população de baixa renda a serviços financeiros necessários a proteção de seu patrimônio e a variações bruscas de renda.

### Ampliação de Práticas Sustentáveis para a Cadeia de Valor da Empresa

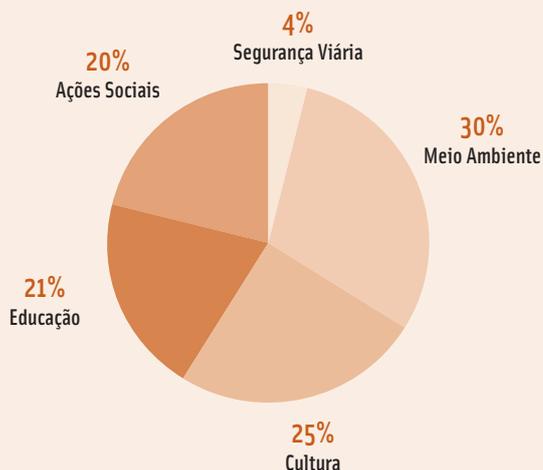
A MAPFRE incentiva que os integrantes da sua cadeia de valor também adotem práticas responsáveis e, por isso, ao firmar acordos com seus fornecedores, inclui nos contratos cláusulas que garantam que o parceiro não fará uso de trabalho infantil ou escravo.

### Cultura

A MAPFRE trouxe ao Brasil a exposição de um ícone da literatura internacional – o escritor José Saramago. A iniciativa comemorou o 10º aniversário do recebimento do prêmio Nobel de Literatura por Saramago e figurou como um importante estímulo ao desenvolvimento cultural do país.

### Distribuição das iniciativas em responsabilidade social corporativa da MAPFRE

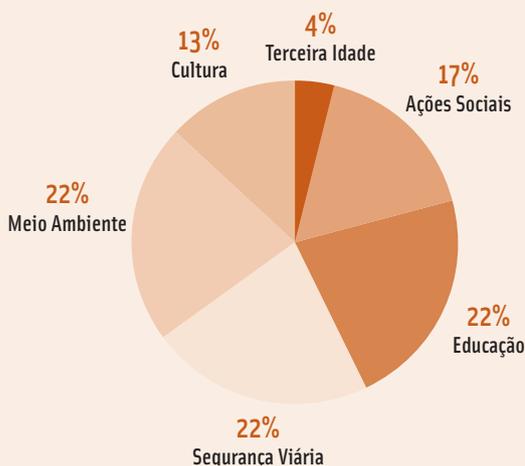
#### DESTINAÇÃO DOS INVESTIMENTOS DA MAPFRE EM RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA



### Volume de investimentos

#### ATUAÇÃO DA MAPFRE EM RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

(por tipo de iniciativa)



## Pactos e Reconhecimentos (GRI 2.10, GRI 4.12)



### PACTO GLOBAL

Em março de 2008, a adesão do Grupo MAPFRE ao Pacto Global foi consolidada e formalizada pelo secretário-geral da Organização das Nações Unidas (ONU), Ban Ki-Moon, e a MAPFRE passou a integrar a lista da rede mundial das empresas signatárias.

O Pacto Global é uma iniciativa da ONU para mobilizar empresas de todo o mundo a adotar voluntariamente princípios fundamentais relacionados aos direitos humanos, direitos do trabalho, proteção ambiental e combate à corrupção. (GRI 2.10)

Por meio desta iniciativa, a MAPFRE reafirma publicamente seus valores de Responsabilidade Social Corporativa e se compromete com a disseminação dos dez fundamentos do Pacto Global. (GRI 2.10, 4.12)

DIREITOS HUMANOS	Princípio <b>1</b>	As empresas devem apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos reconhecidos internacionalmente
	Princípio <b>2</b>	Assegurar-se de sua não participação em violações desses direitos
TRABALHO	Princípio <b>3</b>	As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva
	Princípio <b>4</b>	A eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório
	Princípio <b>5</b>	A abolição efetiva do trabalho infantil
	Princípio <b>6</b>	Eliminar a discriminação no emprego
MEIO AMBIENTE	Princípio <b>7</b>	As empresas devem adotar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais
	Princípio <b>8</b>	Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental
	Princípio <b>9</b>	Incentivar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis
CONTRA A CORRUPÇÃO	Princípio <b>10</b>	As empresas devem combater a corrupção sob todas as suas formas, inclusive extorsão e propina

### OBJETIVOS DO MILÊNIO

A MAPFRE manteve em 2008 seu compromisso com os Objetivos do Milênio – iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU) para melhorar indicadores de desenvolvimento humano e de sustentabilidade ambiental.



## DECLARAÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS E OS DIREITOS HUMANOS

Em uma iniciativa pioneira, o Grupo MAPFRE assinou em 2008 a declaração “Responsabilidade Social das Empresas e os Direitos Humanos”, lançada pelo Instituto Ethos e pela Secretaria Especial dos Direitos Humanos da Presidência da República.

As empresas signatárias comprometem-se com a melhoria progressiva dos indicadores de responsabilidade social que refletem políticas de direitos humanos, entre eles de promoção da equidade de gênero e raça no local de trabalho, erradicação do trabalho escravo, inclusão de pessoas com deficiência e apoio na promoção dos direitos das crianças, do adolescente e do jovem.

### 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, envolvendo seus colaboradores, fornecedores e toda a comunidade.

As empresas do Grupo MAPFRE aderiram ao selo Empresa Amiga da Criança pela primeira vez em 2005, passando a apoiar formalmente a atuação da Fundação Abrinq. O Grupo manteve este compromisso em 2008, reafirmando a sua concordância e cumprimento do Estatuto da Criança e do Adolescente e de toda a legislação de proteção à criança. (GRI 2.10, HR6, HR7)



### PRÊMIO NACIONAL DE TELESSERVIÇOS



A MAPFRE festejou o Prêmio Nacional de Telesserviços recebido pelo desempenho de sua Central de Relacionamento SIM 24h. O Prêmio estimula, reconhece e divulga ações inovadoras e consistentes empreendidas por organizações, profissionais e colaboradores do setor de telesserviços.

A vitória deste ano veio com o case “Viver a experiência do cliente: um novo modelo de capacitação”. A MAPFRE aplicou um programa de formação em sua central e especializou seus atendentes no diagnóstico e na solução das demandas de seus clientes. O que fez a diferença foi fazer o atendente vivenciar uma situação real de solicitação de socorro, sem saber que fazia parte do treinamento.

Essa estratégia resultou em melhorias substanciais de qualidade, percebida pelos clientes e refletida na pesquisa de satisfação. Também transformou-se em diferencial competitivo e de fixação da marca. (GRI 2.10)

## TOP SOCIAL ADVB 2008



Inserir cultural e socialmente cidadãos com mais de 65 anos, contribuindo para o aperfeiçoamento intelectual e social destas pessoas, além de promover seu bem-estar. Este é o foco do Cine Maior Idade, ação inovadora desenvolvida pela MAPFRE que, pela sexta vez, foi reconhecida pela ADVB (Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil) como um dos melhores planos sociais realizados no país.

O prêmio, um dos mais reconhecidos nas ações de responsabilidade social, destaca organizações e empresas que tenham tido realizações socialmente responsáveis em âmbito nacional. (GRI 2.10)

## PRÊMIO SER HUMANO

A MAPFRE foi certificada na modalidade Gestão de Pessoas, categoria empresarial, no Prêmio Ser Humano – Oswaldo Checchia 2008, realizado pela ABRH (Associação Brasileira de Recursos Humanos), com a apresentação do case “Ser Diferente é Ser Humano. É desenvolver pessoas que têm paixão por gente”. (GRI 2.10)



## PRÊMIO ABRASCA DE MELHOR RELATÓRIO ANUAL

Pela transparência na apresentação de seus resultados e do contexto geral de sua atuação, tanto no relatório anual como no balanço social, a MAPFRE recebeu o Prêmio ABRASCA (Associação Brasileira das Companhias Abertas) de Melhor Relatório Anual, na categoria Companhias Fechadas com receita líquida igual ou acima de R\$ 1 bilhão. O prêmio incentiva as empresas a tornar mais transparente a comunicação com o mercado e a aprimorar seus relatórios anuais. (GRI 2.10)



## PRÊMIO EXCELÊNCIA SEIS SIGMA

A MAPFRE foi reconhecida nas categorias Seis Sigma DMAIC em Serviços e Transações com o projeto “Redução de faturamento sem prestação de serviço e sem contrato” e Seis Sigma DFSS com o projeto “Indicadores-Chave de Desempenho Corporativo”. Os prêmios ajudam a consolidar a Cultura Six Sigma, iniciada há oito anos na empresa. (GRI 2.10)





## PRÊMIO EXECUTIVO DE VALOR

O Presidente da MAPFRE no Brasil foi homenageado pelo segundo ano consecutivo pelo anuário Executivos de Valor, do jornal Valor Econômico, recebendo em 2008 o prêmio de melhor profissional da área de seguros no ano de 2007.

O executivo, que está à frente do Grupo desde 2004, foi considerado pela publicação como “um administrador global, capaz de atender a níveis de exigências cada vez mais fortes”.

## PRESIDENTE DA MAPFRE É ELEITO O “HOMEM DE SEGURO” DO ANO

Antonio Cássio dos Santos também foi reconhecido pelo Clube Vida em Grupo do Rio de Janeiro (CVG-RJ) como o “Homem de Seguro” do ano de 2008, escolhido por uma pesquisa realizada com os mais de 700 associados da entidade. O prêmio homenageia personalidades e organizações que desenvolveram trabalhos relevantes em prol do crescimento do setor de seguros e, em especial, do seguro de pessoas.



## MAPFRE INVESTIMENTOS

Pelo terceiro ano consecutivo, os fundos da MAPFRE Investimentos obtiveram grande destaque na mídia brasileira e foram classificados dentre os mais rentáveis do País, conforme ranking da Revista Gazeta Investe, um dos mais abrangentes e aprofundados estudos editoriais sobre fundos de investimento.

Este levantamento, que é realizado pelo Jornal Gazeta Mercantil em parceria com a Austin Rating (pioneira e conceituada agência classificadora de risco de crédito do país), é uma referência para o mercado, uma vez que enfatiza os fundos que mais se sobressaem, chamando, dessa forma, a atenção dos investidores.



### 3. | MENSAGEM DO PRESIDENTE



## MENSAGEM DO PRESIDENTE

**A**pós um ano de grandes realizações, temos a convicção de que cumprimos etapas importantes na trajetória empresarial da MAPFRE. Os resultados alcançados confirmam a consistência do modelo de gestão adotado, que nos permitiu conquistar ainda mais competitividade, rentabilidade e pleno domínio de nossas operações, independente do comportamento do cenário externo.

Mesmo num período de tantas adversidades, conquistamos resultados significativos, acima da

média de mercado. O faturamento em prêmios emitidos cresceu 20,7%, totalizando R\$ 3,69 bilhões, e o lucro, antes dos impostos e participações, alcançou a cifra de R\$ 280,3 milhões, um incremento de 33,2% sobre 2007.

Registramos evolução em quase todas as nossas linhas de negócio e de 11% na quantidade de distribuidores de nossos produtos e aumentamos em 13% o nosso quadro de colaboradores. Incrementamos ainda o número de auditorias realizadas, com melhor qualidade dos trabalhos,

buscando sempre garantir a segurança de nossos serviços.

Esses resultados são consequência de uma estratégia estruturada que prioriza o atendimento diferenciado, a oferta de multiprodutos, a especialidade em serviços e assistência, tudo isso associado a uma atuação multicanais, que é reforçada por nossa vasta presença territorial.

Em 2008, aperfeiçoamos a qualidade técnica na subscrição de riscos; fortalecemos nossa vocação em ser uma empresa multiproduto, com a segmentação por linhas de negócio; e consolidamos nosso modelo de crescimento territorial, com ênfase para as áreas de distribuição e atendimento, em linha com uma política voltada para serviços e com foco no cliente.

Temos consciência de que esses resultados financeiros e operacionais só serão válidos ao longo dos anos se carregarem consigo o respeito ao ser humano e ao meio ambiente. Ciente da importância de sua atuação para a sociedade como um todo, a MAPFRE toma suas decisões buscando sempre o equilíbrio econômico, social e ambiental. (GRI 1.1)

A evolução e a solidez das práticas de responsabilidade social corporativa da MAPFRE são fundamentadas na geração de valores tangíveis e intangíveis, com impacto direto ou indireto no resultado financeiro do Grupo, bem como no atendimento às demandas de seus principais públicos de interesse. Tudo isso, sem perder de vista o alinhamento com os objetivos de negócio. Ou seja, na MAPFRE as práticas de Responsabilidade Social Corporativa não são isoladas. Ao

contrário, elas estão alinhadas aos objetivos do negócio e às estratégias corporativas de produtos e serviços, gestão de pessoas, ampliação do acesso a produtos de seguro e previdência, promoção da prevenção de acidentes, entre outros. (GRI 1.1)

Para comprovar esse posicionamento, publicamos neste ano uma peça única e integrada: o Relatório de Sustentabilidade MAPFRE 2008, cujo conteúdo foi submetido à verificação externa. (GRI 3.13)

A preocupação com a qualidade de vida e o bem-estar dos nossos colaboradores também faz parte do posicionamento da MAPFRE, que incentiva a participação de seus profissionais na sustentabilidade do negócio e da sociedade.

Por isso, num momento tão especial na trajetória do Grupo MAPFRE no mundo, que completa 75 anos de tradição e sucesso, continuamos comprometidos em oferecer produtos e serviços de qualidade aos nossos segurados, estreitando cada vez mais o relacionamento com nossos parceiros comerciais, os corretores, sem deixar de lado nossa postura social.

Agradecemos aos nossos segurados, corretores, acionistas e fornecedores pela confiança e apoio que têm nos encorajado a enfrentar os desafios e, em especial, aos nossos colaboradores, pela contribuição e determinação dedicada em fazer da MAPFRE um dos maiores grupos seguradores do Brasil.

*Antonio Cássio dos Santos*  
Presidente do Grupo MAPFRE no Brasil



## 4. | O NEGÓCIO DA MAPFRE

# O NEGÓCIO DA MAPFRE

## Estratégia e Perspectivas

### UMA EMPRESA FOCADA NA ESTRATÉGIA

Por meio de uma trajetória bem definida, que busca o alinhamento em toda a organização, a MAPFRE vem consolidando, ao longo dos anos, uma estratégia consciente e consistente com a sua atuação no mercado.

Os cinco pilares de sustentação da Estratégia Empresarial são a base desse trabalho de elaboração, disseminação e controle do Planejamento, em todos os níveis da Empresa. E, na busca de seus objetivos, a MAPFRE direciona sua estratégia de

forma simples e baseada no trinômio: Clientes (marca, serviços e distribuição), Pessoas (alta performance, reconhecimento e ambiente) e Processos (administração enxuta e Seis Sigma, tecnologia e controle interno).

O resultado do esforço de cada um dos colaboradores na busca pela superação desses objetivos estratégicos pode ser verificado, quantitativa e qualitativamente, neste Relatório. É o resultado de uma Organização que acredita que “cada um de seus colaboradores faz a diferença”.



## Cientes

- › Atuação multicanal e segmentada, com presença física regionalizada, tendo o “corretor de seguros” como Parceiro Estratégico de Negócio.
- › Foco na ampliação da estrutura territorial e no relacionamento com o cliente.
- › Portifólio de multiprodutos, com a incorporação constante de novos serviços e produtos.
- › Fortalecimento da postura de provedor de serviços e benefícios.

## Pessoas

- › Desenvolvimento e aprimoramento da Cultura de Alta Performance entre seus colaboradores.
- › Formação dos gestores por meio de palestras e programas de remuneração variável, baseados no alcance dos objetivos individuais alinhados à estratégia do Grupo.
- › Consolidação da consciência estratégica por meio do Sistema de Gerenciamento de Desempenho (SGD) e do Sistema de Planejamento Estratégico (SPE), que abrangem 100% dos colaboradores.
- › Busca de ambiente superior de trabalho por meio de uma política de endomarketing proativa.

## Processos

- › Filosofia Seis Sigma e de Learn Enterprise (administração enxuta).

- › Estrutura baseada em gestão de soluções simples e em Unidades de Negócios.
- › Monitoramento periódico do Sistema de Planejamento Estratégico (SPE), pelos Comitês Executivos.
- › Utilização dos indicadores de desempenho do Balanced Score Card (BSC), na construção de seu planejamento estratégico anual.
- › Investimentos em inovações tecnológicas e consolidação de controles internos com base em referências internacionais de ponta.
- › Disseminação dos objetivos estratégicos por meio de softwares de gerenciamento, que permitem o monitoramento por parte dos gestores.
- › Gestão austera de gastos.
- › Controles internos.

## Objetivos estratégicos

- › Buscar posição de liderança no mercado brasileiro nas linhas em que atuamos;
- › Ser referência no Brasil com uma atuação sustentável e de responsabilidade empresarial;
- › Ser provedor global de produtos e serviços financeiros e deter rede potente de sucursais, delegadas e territoriais;
- › Aprimorar todos os processos que fazem parte do foco de atuação da MAPFRE Brasil;
- › Aperfeiçoar a qualidade do clima organizacional, seguindo o fator Great Place to Work.

## PERSPECTIVAS PARA 2009 (GRI 1.2)

Mesmo diante do cenário econômico atual, as perspectivas para o setor de seguros no país são positivas e favoráveis para o próximo ano. Nesse sentido, a MAPFRE continuará adotando as medidas necessárias para disseminar entre sua equipe uma cultura estratégica, consolidando os controles internos necessários para garantir o seu acompanhamento. Para manter sua trajetória de crescimento e incremento de rentabilidade para 2009, foram estabelecidas diversas diretrizes, dentre elas:

- Viabilizar o fluxo crescente de clientes e prospects nas sucursais diretas, inclusive por meio de distribuição de produtos e serviços considerados convenientes e estratégicos.
  - Disponibilizar o maior número possível de soluções personalizadas aos segurados, unificando os canais de relacionamento com os clientes.
  - Expandir as redes de conveniência e serviços do CLUB MAPFRE.
  - Conhecer, monitorar e aumentar a satisfação dos clientes na utilização dos seus produtos e serviços.
  - Implantar ações integradas que permitam aproximar e estreitar o relacionamento dos clientes e corretores com a marca MAPFRE, para manter um reconhecimento sólido, estável, com nível elevado de serviços e processos e com ênfase para a responsabilidade social.
- Manter equipe comercial especializada em produtos corporativos e portfólio variado para atender aos diversos canais de distribuição e segmentos.
  - Conservar a capacidade elevada de subscrição de riscos (segmentos técnicos) e de modelagem estatística de tarifas em produtos de massa.
  - Estabelecer novos procedimentos de controle e compliance mais rígidos para garantir a segurança das informações das operações e eliminar os riscos.
  - Manter os índices de solvência superiores aos padrões estabelecidos na legislação vigente.
  - Manter uma cultura de melhoria contínua de processos, de otimização de recursos e de redução de desperdícios com o auxílio da metodologia Seis Sigma, para garantir a execução de um Planejamento Estratégico fundamentado e a adoção de controles eficazes.
  - Consolidar a empresa como distribuidora de Fundos de Investimentos através da MAPFRE Investimentos (DTVM).
  - Melhorar a qualidade de alguns indicadores GRI (*Global Reporting Initiative*) bem como aperfeiçoar a medição e acompanhamento desses indicadores.

## O Mercado Brasileiro de Seguros

Em 2008, o mercado brasileiro de seguros registrou crescimento de 13,74% em relação a 2007. O volume de prêmios emitidos totalizou R\$ 84,5 bilhões. Um dos fatores que contribuiu para esse desempenho foram os investimentos promovidos pelas seguradoras em produtos diferenciados e em canais alternativos de vendas, o

que ajudou a aumentar a demanda por seguros, previdência e capitalização no Brasil.

Entre os grupos que compõem o segmento segurador, o VGBL continua impulsionando o mercado, com participação de 27,56% – uma evolução de 0,40% sobre 2007. Os seguros de automóvel vêm em seguida, com participação de 23,68%.

RAMOS	2008	PARTICIPAÇÃO MERCADO	2007	PARTICIPAÇÃO MERCADO	EVOLUÇÃO	EVOLUÇÃO EM R\$ MIL	EVOLUÇÃO PART. MERC.
Auto	20.017.411	23,68%	17.249.331	23,21%	16,05%	2.768.079	0,47%
Vida Risco	11.614.546	13,74%	10.187.382	13,71%	14,01%	1.427.163	0,03%
Seguros Gerais	10.742.993	12,71%	9.336.188	12,56%	15,07%	1.406.806	0,15%
Garantia / Crédito	998.348	1,18%	887.107	1,19%	12,54%	111.240	-0,01%
Demais	751.898	0,89%	725.716	0,98%	-6,40%	26.182	-0,09%
VGBL (Vida Poupança)	23.300.525	27,56%	20.190.199	27,17%	15,41%	3.110.326	0,40%
PGBL	4.980.654	5,89%	4.521.653	6,08%	10,15%	459.001	-0,19%
Previdência	3.208.089	3,79%	3.393.238	4,57%	-5,46%	-185.149	-0,77%
Capitalização	8.920.526	10,55%	7.808.951	10,53%	13,94%	1.091.576	0,02%
Mercado	84.534.990	100,00%	74.319.766	100,00%	13,74%	8.412.701	0,00%

Em 2008, as vendas de seguros de automóvel totalizaram R\$ 20 bilhões, sendo R\$ 15,2 bilhões em seguros de automóvel e R\$ 4,7 bilhões em DPVAT (Seguro Obrigatório de Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Via Terrestre). O volume de prêmios cresceu 12,69% em relação ao ano anterior e o índice de sinistralidade registrou ligeira alta (2,73%), passando de 65,64 % em 2007 para 68,37 % em 2008.

Os seguros de vida encerraram o ano de 2008 com crescimento de 14,01%, totalizando R\$ 11,6 bilhões em prêmios emitidos. O índice de sinistralidade apresentou queda de 3,45%, passando de 41,91% em 2007 para 38,46% em 2008. Essa variação é resultado do bom desempenho apresentado pelos ramos de acidentes pessoais coletivos e vida em grupo, cuja queda na sinistralidade foi de 3,13% e 4,57%, respectivamente.

As vendas de produtos VGBL, PGBL e Previdência, por sua vez, cresceram 12,04% em 2008, encerrando o ano com um montante de R\$ 31,4 bilhões. A evolução do segmento continuou sendo impulsionada pelo VGBL, cuja distribuição é concentrada no canal bancário e registrou

crescimento de 15,41% sobre 2007. Os incentivos fiscais existentes no VGBL também contribuíram para o crescimento das vendas do produto, com a migração de recursos de outras modalidades como fundos de investimentos, fundos de pensão, etc.

As vendas de seguros patrimoniais totalizaram R\$ 10,7 bilhões no acumulado de 2008, o que representa um crescimento de 15,07% em relação a 2007. Um dos destaques foi o crescimento expressivo (59,83%) no ramo Rural, principalmente nos seguros agrícolas (209,81%) e seguros florestais (102,53%) em relação ao 2007.

O índice de sinistralidade dos ramos de seguros gerais se manteve estável em 2008, encerrando o ano em 40,60% (39,20% em 2007). Esta estabilidade foi influenciada principalmente pelos ramos de riscos industriais, aeronáutico, carteira hipotecária e garantia estendida, que apresentaram redução significativa de sinistros.

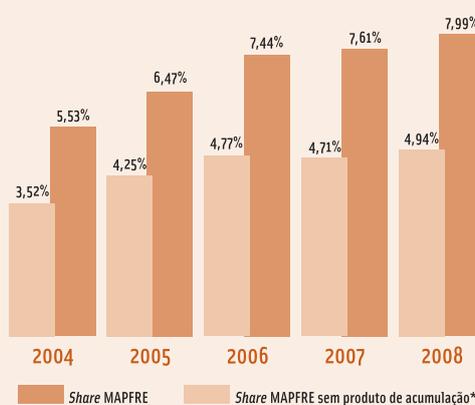
A expectativa é que, mesmo diante da crise econômica mundial deflagrada no final de 2008, o setor segurador brasileiro mantenha sua trajetória de crescimento em 2009, embora com desaceleração devido à conjuntura econômica. (GRI 1.2)

## Desempenho Operacional

Maior grupo segurador de capital estrangeiro do Brasil, a MAPFRE aumentou para 4,94% sua participação no mercado segurador brasileiro em 2008 (4,71% em 2007), mantendo a 7ª colocação no ranking nacional. No mercado de seguros brasileiro sem produtos de acumulação (PGBL, VGBL e produtos tradicionais de Previdência), o Grupo detém 7,99% de participação, o que lhe garante a 4ª posição do setor.

A atuação do Grupo MAPFRE também é expressiva por segmento. Ocupa a 3ª posição no segmento de Vida, com participação de 11,11% do total de mercado; com 8,71% de participação, é a 3ª colocada no mercado de Garantias e Crédito; detém o 5º lugar no ranking de seguros de Automóvel, com participação de 6,94%; e é a 4ª colocada no mercado de Ramos Elementares, com participação de 6,57%.

### MARKET SHARE



### MERCADO TOTAL SEM PRODUTOS DE ACUMULAÇÃO

RANK	COMPANHIAS	2008	PARTICIPAÇÃO MERCADO
1	Itaú	6.769.387	15,37%
2	Bradesco	5.250.251	11,92%
3	Porto Seguro	4.055.968	9,21%
4	MAPFRE Seguros	3.517.815	7,99%
5	Sul América	3.481.654	7,90%
6	Tokio Marine	1.802.846	4,09%
7	Aliança	1.781.936	4,05%
8	Allianz	1.538.135	3,49%
9	Liberty Paulista	1.271.027	2,89%
10	Caixa	1.249.871	2,84%
11	Santander	1.047.760	2,38%
12	Hannover	1.033.202	2,35%
13	Marítima	787.381	1,79%
14	Chubb	656.249	1,49%
15	Ace Seguros	616.457	1,40%
16	HSBC	568.044	1,29%
17	Metropolitan Life	522.470	1,19%
18	Cardif do Brasil Seguros	367.031	0,83%
19	Icatu Hartford	338.830	0,77%
	Demais Seguradoras	4.924.349	11,18%
	Sub Total	41.580.663	94,39%
	Seg. Lider Cons. DPVAT	2.471.881	5,61%
	<b>TOTAL</b>	<b>44.052.544</b>	<b>100%</b>

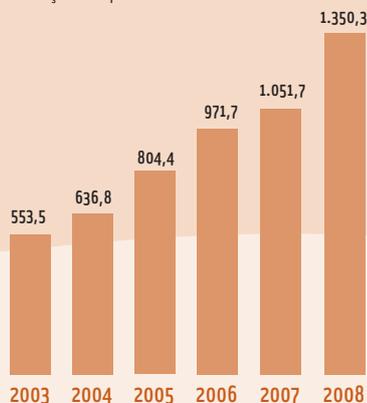
Os ramos de seguros de atuação da MAPFRE são agrupados da seguinte forma: (GRI 2.2, 2.7)

<b>AUTOMÓVEL</b>	Auto DPVAT
<b>VIDA</b>	Acidentes Pessoais Vida
<b>PREVIDÊNCIA</b>	VGBL Previdência PGBL
<b>RAMOS ELEMENTARES</b>	Riscos Industriais Transportes Aeronáutico Rural Hipotecário Multiriscos Garantia Estendida Cascos Habitacional Demais
<b>GARANTIAS E CRÉDITO</b>	Garantia Crédito a Exportação Crédito a Exportação R. Político Crédito Doméstico Risco Comercial Crédito Doméstico Risco PF Crédito Interno

## AUTOMÓVEL (GRI 2.2, 2.7)

### AUTOMÓVEL (C/ DPVAT)

evolução dos prêmios emitidos



Para o segmento de Automóvel, 2008 foi um ano de grandes conquistas e realizações, com crescimento expressivo em faturamento e número de segurados, além da consolidação da política de multiprodutos.

A receita registrada durante o ano pelos seguros de automóvel (incluindo DPVAT) totalizou R\$ 1,35 bilhão, um incremento de 28,4% em comparação ao ano anterior, permitindo à MAPFRE assumir a 4ª posição no ranking do mercado, com mais de 1,1 milhão de veículos segurados.

Esse desempenho expressivo é resultado de algumas iniciativas promovidas durante o ano como a segmentação de determinados canais de distribuição, por meio de novas parcerias com grandes montadoras de automóveis e da maior penetração no segmento de concessionárias.

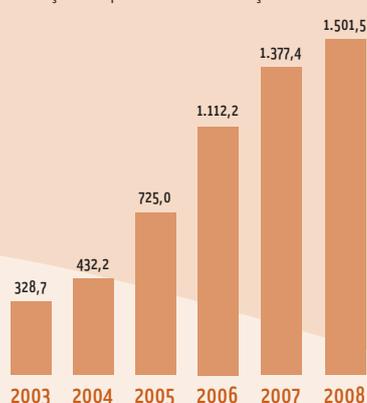
A segmentação de produtos também foi outro ponto de destaque, com o lançamento do AutoMais Online, que diferencia-se pela emissão da apólice, que pode ser feita já no processo de cotação. Além disso, os produtos lançados em 2007 (AutoMais Táxi e MAPFRE Duas Rodas Special) apresentaram resultados positivos, com boa aceitação pelo mercado já no primeiro ano de funcionamento.

Em 2008, também foi inaugurada mais uma unidade do AutoMais Serviços, elevando para 11 o número total de centros automotivos com conceito diferenciado de atendimento ao segurado.

## VIDA E PREVIDÊNCIA (GRI 2.2, 2.7)

### VIDA E PREVIDÊNCIA CONSOLIDADO

evolução dos prêmios e contribuições

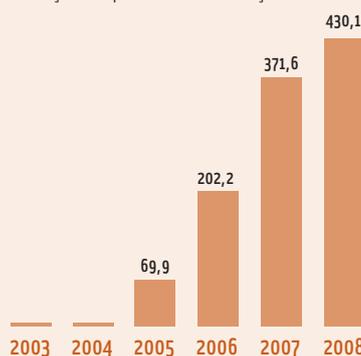


A MAPFRE atua no segmento de Vida e Previdência por meio de três empresas distintas, com fins específicos: a MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência, com foco em seguros individuais e com atuação exclusiva no canal Banco Nossa Caixa, a MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência e a Vida Seguradora, que atuam nos demais canais, com ênfase para a distribuição de produtos coletivos.

## MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência

### MAPFRE NOSSA CAIXA VIDA E PREVIDÊNCIA

evolução dos prêmios e contribuições



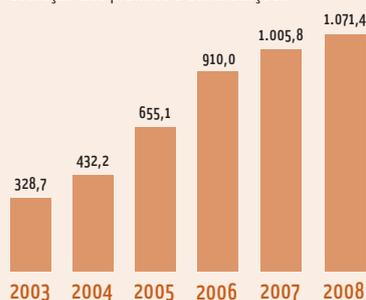
A receita da MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência cresceu 15,7% em 2008, totalizando R\$ 430,1 milhões. Entre as ações promovidas durante o ano, destacam-se a reformulação do portfólio de produtos de acumulação (PGBL e VGBL), com redução de taxas e bônus para clientes mais antigos.

No item informática, foi implantado um novo sistema de emissão de apólices, com sistema desenvolvido especificamente para a operação desses produtos em bancos.

Ainda durante o ano foi realizado um programa de formação comercial para gerentes e assessores comerciais, com o objetivo de aprimorar suas habilidades na distribuição de produtos financeiros. A iniciativa contou com a participação de 1.095 profissionais.

## MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência e Vida Seguradora S/A

### MAPFRE VERA CRUZ VIDA E PREVIDÊNCIA E VIDA SEGURADORA S/A evolução dos prêmios e contribuições



Em 2008, a receita da Vida Seguradora S/A (2º semestre) e da MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência totalizou R\$ 1,07 bilhão, um incremento de 6,5% sobre 2007, com destaque para a melhora da margem em relação ao volume de prêmios. Esse movimento foi possível graças à readequação da carteira de clientes, com a descontinuidade de contas deficitárias e com pouca lucratividade. Com isso, a MAPFRE se concentrou na busca por um crescimento saudável durante o ano, com maior participação de mercado, mas com foco na rentabilidade dos contratos.

No segmento de Vida, um dos destaques do período foi o fortalecimento do relacionamento com uma das maiores redes de varejo do Brasil, a partir do lançamento de um produto de Vida e Acidentes Pessoais, adequado ao perfil dos consumidores das classes C, D e E, que são o público principal das lojas.

Outro movimento importante foi a aquisição e incorporação da Vida Seguradora S/A, que fortalece a posição da MAPFRE no mercado brasileiro e garante complementaridade com sua atuação mais direcionada aos segmentos individuais e de pequenas e médias empresas, por meio de uma base de corretores de menor porte. Os outros destaques do ano foram:

- Estruturação de produtos específicos e fortalecimento da atuação da MAPFRE em canais diferenciados como igrejas, cooperativas, etc.;
- Extensão dos benefícios oferecidos por outros produtos da MAPFRE, como descontos em estacionamento, para os produtos de Vida;
- Co-patrocinio de eventos promocionais e com foco em nichos específicos de clientes, para reforçar a presença de produtos como, por exemplo, o Vida Mulher.
- Em Previdência, os fundos administrados pela MAPFRE DTVM mantiveram uma performance expressiva em 2008, ficando posicionados entre os mais rentáveis da categoria. O grande volume de negócios continuou sendo feito com os produtos PGBL e VGBL, que representam cerca de 80% do resultado da MAPFRE no segmento de produtos de acumulação.

Os destaques do ano foram:

- Aumento na quantidade e melhoria do padrão de atendimento dos corretores para os produtos de Previdência;
- Parceria com a Concórdia Asset, do Banco Concórdia, pertencente ao Grupo Sadia;

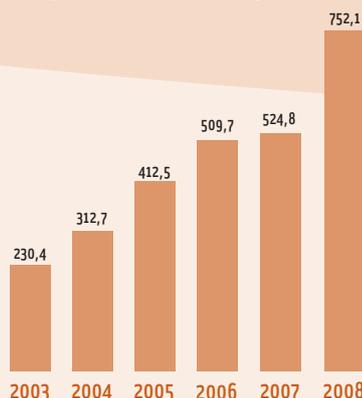
- › Aquisição e desenvolvimento de um novo sistema de previdência, que será customizado para as operações do Grupo MAPFRE e proporcionará mais agilidade e qualidade na entrega aos clientes, com implantação prevista para 2009;
- › Realização de um ciclo de palestras sobre previdência nas principais capitais brasileiras, com especialistas em finanças, para clientes e *prospects*.

Os seguros de transportes e riscos industriais foram os destaques do ano, graças à conquista de novos clientes e corretores que não trabalhavam com a MAPFRE, o que permitiu que esses parceiros comerciais passassem a ver a MAPFRE como um importante *player* no mercado.

Também foram lançados dois novos produtos durante o ano: para embarcações pesqueiras, na área de cascos marítimos; e de danos ambientais, para o segmento de transporte de produtos perigosos.

## RAMOS ELEMENTARES (GRI 2.2, 2.7)

**RAMOS ELEMENTARES**  
evolução dos prêmios e contribuições

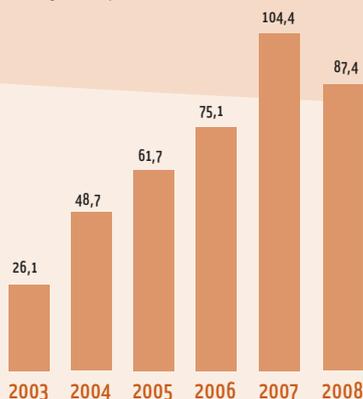


Menos sensível às oscilações do mercado, o segmento de Ramos Elementares, formado pelos seguros de bens e responsabilidade civil, é importante por oferecer margens superiores nos diversos setores em que atua: riscos industriais, transportes, massificados, aeronáutica/cascos marítimos e agrícola.

Em todos estes setores, a MAPFRE registrou ganhos significativos de resultado em 2008, com crescimento superior à média do mercado e, em alguns casos, conquistando posições no ranking nacional. A receita da MAPFRE totalizou R\$ 752,1 milhões, um crescimento de 43,3% ante 2007, garantindo à Empresa a 4ª colocação no mercado.

## GARANTIAS E CRÉDITO (GRI 2.2, 2.7)

**GARANTIAS E CRÉDITOS**  
evolução dos prêmios emitidos



A receita de R\$ 87,4 milhões apresentada ao final do exercício foi 19,4% menor que o montante registrado no ano anterior, principalmente em função da estratégia adotada pela Empresa de saneamento da carteira de Crédito Interno. Esse movimento, iniciado no segundo semestre, evitou perdas diante da crise mundial deflagrada a partir de setembro de 2008.

Em seu segundo ano de operação, os seguros de Crédito à Exportação apresentaram desempenho expressivo, com crescimento de 170,25%, permitindo à MAPFRE ocupar a 4ª colocação no mercado.

O segmento de Garantias foi beneficiado pelo ritmo de crescimento das obras públicas, como a construção da usina hidrelétrica Jirau, que integra o projeto Rio Madeira e das obras que integram o PAC (Programa de Aceleração do Crescimento).

### **CANAIS** (GRI 2.2, 2.7)

A atuação da MAPFRE no segmento de Canais é uma das maneiras encontradas pelo Grupo para garantir o acesso a serviços financeiros e de seguro para um público específico que, em condições normais, não tem contato com esse tipo de produto.

Sempre com a intermediação de corretores, a MAPFRE mantém uma atuação ativa nos seguintes nichos de mercado: instituições financeiras, negócios corporativos (licitações e oportunidades nas áreas de telecomunicações, energia elétrica, etc.), cooperativas e igrejas, concessionárias de veículos, varejo, etc.

Em 2008, conforme já demonstrado no desempenho de outros segmentos de atuação do Grupo, foram fortalecidas, principalmente, as parcerias com concessionárias de veículos, montadoras e redes varejistas.

## **Desempenho Econômico-Financeiro**

### **PRÊMIOS EMITIDOS**

Em 2008, a MAPFRE registrou faturamento de R\$ 3,691 bilhões, sendo R\$ 3,60 bilhões de prêmios emitidos e cosseguros aceitos, o que representou um incremento de 20,7% em relação a 2007.

### **PATRIMÔNIO LÍQUIDO**

O patrimônio líquido totalizou R\$ 1,417 bilhão em 2008, um crescimento de 8,6% em relação ao ano anterior. Os ativos totais alcançaram a cifra de R\$ 5,54 bilhões, um incremento de 21,3% sobre 2007.

### **SINISTRALIDADE E COMISSIONAMENTO**

No exercício de 2008, o índice de sinistralidade foi de 52,3% sobre os prêmios ganhos (51,9% em 2007). O índice de comissionamento geral foi reduzido em 3,5% sobre 2007, encerrando o ano com 24,5% sobre os prêmios ganhos.

### **LUCRO LÍQUIDO**

Em 2008, o lucro antes dos impostos e participações totalizou R\$ 280,3 milhões, um crescimento de 33,2% sobre 2007 (R\$ 210,5 milhões). O lucro líquido com a participação de minoritários alcançou a cifra de R\$ 218,6 milhões, representando um incremento de 41,4% quando comparado ao ano anterior (R\$ 154,6 milhões).

### **INVESTIMENTOS**

Os investimentos promovidos pela MAPFRE no Brasil totalizaram R\$ 7,5 milhões em 2008 (R\$ 34,8 milhões em 2007) e foram direcionados para reformas de sucursais e expansão territorial, 5,2 milhões.

## OUTROS ASPECTOS RELEVANTES

- › O índice combinado consolidado – que representa a soma dos seguintes fatores: sinistros, comissões, despesas administrativas, outras receitas/despesas operacionais e despesas com tributos – atingiu a marca de 97,4%, uma melhora de 1,7 ponto percentual em relação ao ano anterior.
- › A taxa de retorno sobre os investimentos (ajustada) ROE (Retorno sobre Patrimônio) manteve-se no mesmo patamar de 2007: 19,4%.
- › Em 2008, as despesas administrativas representaram 11,0%, sobre os prêmios emitidos líquidos, rendas de contribuições retidas e prêmios retidos – VGBL (10,2% em 2007).
- › O volume de provisões técnicas, de R\$ 3,121 bilhões, cresceu 33%, em comparação ao ano anterior.

## CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

Em 2008, a MAPFRE Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S/A, incrementou significativamente suas operações na gestão de fundos de investimentos de terceiros, encerrando o exercício com R\$ 311 milhões administrados a esse título.

A Empresa, que é a gestora dos recursos financeiros da MAPFRE Seguros no Brasil, propiciou ao resultado financeiro das empresas MAPFRE uma rentabilidade equivalente a 107,6% do CDI.

## OPERAÇÕES SOCIETÁRIAS

- › Em 5 de junho de 2008, a Superintendência de Seguros Privados (SUSEP), por meio da Portaria nº 2.948/08, homologou a transferência do controle acionário indireto da Vida Seguradora S/A para a MAPFRE Vera Cruz Seguradora S/A, a qual, a partir de 1 de julho de 2008, assumiu sua efetiva gestão.
- › Por meio da Portaria nº 925, de 21 de janeiro de 2009, a SUSEP homologou o aumento de capital social da Vida Seguradora, no valor de R\$ 3 milhões, aprovado em Assembléia Geral Extraordinária realizada em 28 de agosto de 2008.
- › A MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência S/A adquiriu, em 22 de dezembro de 2008, 2.355.012 quotas do capital da Vera Cruz Consultoria Técnica e Administração de Fundos Ltda. pelo valor de R\$ 57,6 milhões, elevando sua participação de 0,04% para 99,99%.
- › Em novembro de 2008, a empresa controlada Detectar Desenvolvimento de Técnicas para Transferência e Administração de Riscos Ltda. efetuou redução do seu capital social, no montante de R\$ 23,6 milhões, sendo R\$ 15,6 milhões por cessão de imóveis e R\$ 8,0 milhões em espécie, à sua sócia MAPFRE Vera Cruz Seguradora S/A

## FLUXO DE CAIXA

	SEGURADORA		CONSOLIDADO CIRCULAR SUSEP 356/2007	
	2008	2007	2008	2007
<b>ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>				
Recebimentos de prêmios de seguro, contribuições de previdência e taxas de gestão e outras	2.013.626	1.566.892	3.627.398	2.972.532
Recuperações de sinistros e comissões	348.355	38.789	384.743	53.682
Outros recebimentos operacionais (salvados, ressarcimentos e outros)	98.461	87.181	123.599	173.237
Pagamentos de sinistros, benefícios, resgates e comissões	(1.792.048)	(1.233.068)	(2.687.812)	(1.977.059)
Repasses de prêmios por cessão de riscos	(230.919)	(131.784)	(282.123)	(199.685)
Pagamentos de despesas com operações de seguros e resseguros	(102.349)	(69.052)	(225.841)	(131.446)
Pagamentos de despesas e obrigações	(225.719)	(124.729)	(359.015)	(200.254)
Recebimentos de juros, dividendos e redução de capital em coligadas	81.645	18.865	-	13.169
Constituição de depósitos judiciais	(157)	(458)	(7.223)	(9.362)
Resgates de depósitos judiciais	176	-	954	1.448
Pagamentos de participações nos resultados	(7.880)	(7.487)	(10.762)	(10.242)
Caixa gerado na empresa VIDA Seguradora anterior ao controle acionário do Grupo MAPFRE	-	-	26.593	-
Caixa gerado pelas operações	183.191	145.149	590.511	686.020
Impostos e contribuições pagos	(25.656)	(57.759)	(127.548)	(147.684)
Juros pagos	-	-	(496)	(2.518)
Investimentos financeiros:				
Aplicações	(958.962)	(131.308)	(4.326.676)	(2.018.525)
Vendas e resgates	920.923	35.345	4.078.345	1.325.501
Rendimentos recebidos	-	-	655	-
Caixa líquido gerado (consumido) nas atividades operacionais	119.496	(8.573)	214.791	(157.207)
<b>ATIVIDADES DE INVESTIMENTO</b>				
Pagamento pela compra de ativo permanente:				
Investimentos	(15.841)	(106.838)	(59.319)	(107.695)
Imobilizado	(31.662)	(39.287)	(32.957)	(40.399)
Intangível	(12.044)	(18.940)	(15.185)	(21.127)
Recebimento pela venda de ativo permanente:				
Investimentos	112	-	154	76
Imobilizado	861	1.288	1.173	1.376
Caixa líquido (consumido) nas atividades de investimento	(58.574)	(163.777)	(106.134)	(167.769)
<b>ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>				
Aumento de capital	-	202.791	-	366.758
Distribuição de dividendos e juros sobre o capital próprio	(57.269)	-	(107.508)	(5.473)
Caixa líquido gerado (consumido) nas atividades de financiamento	(57.269)	202.791	(107.508)	361.285
Aumento líquido de caixa e equivalentes de caixa	3.653	30.441	1.149	36.310
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	45.831	15.390	68.859	32.549
Caixa e equivalentes de caixa no final do exercício	49.484	45.831	70.008	68.859
Aumento líquido de caixa e equivalentes de caixa	3.653	30.441	1.149	36.310
(Diminuição) nas aplicações financeiras – recursos livres	-	-	(9.500)	-

## DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO

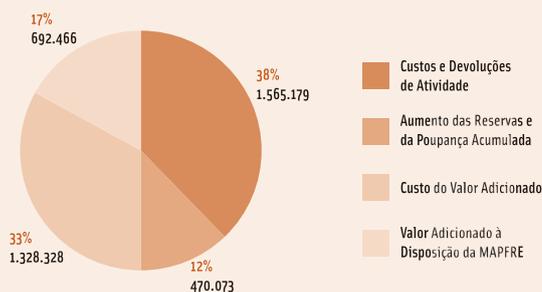
(GRI EC1)

A riqueza gerada pela MAPFRE em 2008 totalizou R\$ 4,04 bilhões, um crescimento de 27,7% sobre 2007 (R\$ 3,17 bilhões). O valor adicionado à disposição da Empresa encerrou o ano em R\$ 692,5 milhões, montante 24,2% superior ao registrado no exercício anterior (R\$ 557,4 milhões).

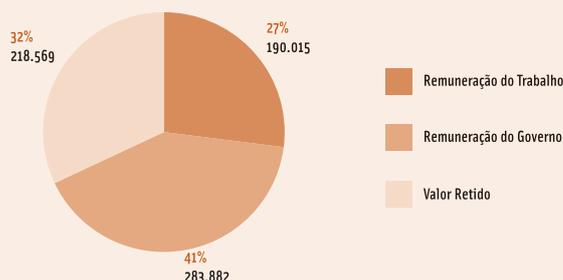
A distribuição da riqueza gerada ficou distribuída da seguinte forma:

- 27% (R\$ 190 milhões) para remuneração do trabalho com a geração de empregos e investimentos em treinamentos ficando superior em 25,4% em relação a 2007.
- 41% (R\$ 284 milhões) para remuneração ao Governo, por meio do pagamento de impostos, 12,9% superior em relação a 2007.
- 17% (R\$ 113,9 milhões) para pagamento de dividendos e juros sobre capital próprio aos acionistas.
- 15% (R\$ 104,6 milhões) em valores retidos, que foram incorporados ao patrimônio líquido dos acionistas para reinvestimentos nos negócios do Brasil.

### DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO À DISPOSIÇÃO DA MAPFRE



### DISTRIBUIÇÃO DA RIQUEZA GERADA



## DEMONSTRAÇÃO CONSOLIDADA DO VALOR ADICIONADO

	2008	2007	VARIAÇÃO
<b>RECEITA TOTAL COM IOF (RIQUEZA GERADA)</b>	<b>4.045.388</b>	<b>3.167.281</b>	<b>27,7%</b>
De Prêmios de Seguros + Receitas Operacionais de Seguros	3.722.732	2.952.972	
De Planos Previdenciários + Receitas Operacionais de Prev. Complementar	92.821	87.634	
De Planos de Capitalização + Receitas Operacionais de Capitalização	688	-	
(-) Cessões e Repasses p/Congêneres	(308.411)	(276.213)	
(+) Receitas s/Aplicações Financeiras	397.577	287.309	
(+) IOF (sobre Prêmios de Seguros)	139.981	115.579	
<b>CUSTOS E DEVOLUÇÕES DE ATIVIDADE</b>	<b>(1.565.179)</b>	<b>(1.343.713)</b>	<b>16,5%</b>
Custo Final da Preservação da Riqueza Segurada (Sinistros Líquidos)	(1.509.995)	(1.247.155)	
Benefícios Pagos e Resgates + Remuneração Complementar aos Planos Previdenciários (Excedente Financeiro)	(55.184)	(96.558)	
<b>AUMENTO DAS RESERVAS E DA POUPANÇA ACUMULADA</b>	<b>(470.073)</b>	<b>(290.378)</b>	<b>61,9%</b>
Aumento das Reservas para Preservação da Riqueza Segurada	(398.704)	(258.513)	
Acumulação das Reservas dos Planos Previdenciários	(71.369)	(31.865)	
<b>VALOR ADICIONADO BRUTO</b>	<b>2.010.136</b>	<b>1.533.190</b>	<b>31,1%</b>
<b>CUSTO DO VALOR ADICIONADO</b>	<b>(1.328.325)</b>	<b>(979.185)</b>	<b>35,7%</b>
(-) Comissões Pagas aos Corretores	(708.351)	(684.638)	
(-) Marketing	(4.506)	(3.032)	
(-) Serviços Contratados de Terceiros	(81.940)	(50.965)	
(-) Despesas Gerais	(533.528)	(240.550)	
<b>VALOR ADICIONADO POR TERCEIROS</b>	<b>10.680</b>	<b>3.465</b>	<b>208,2%</b>
Resultado Não Operacional	(172)	2.325	
Valor Adicionado Recebido em Transferência	10.852	1.140	
<b>VALOR ADICIONADO À DISPOSIÇÃO DA MAPFRE</b>	<b>692.491</b>	<b>557.470</b>	<b>24,2%</b>
<b>DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO À DISPOSIÇÃO DA MAPFRE</b>			
<b>REMUNERAÇÃO DO TRABALHO</b>	<b>(190.015)</b>	<b>(151.481)</b>	<b>25,4%</b>
Remunerações	(112.924)	(93.017)	
Encargos Sociais	(35.055)	(28.576)	
Benefícios	(42.036)	(29.888)	
<b>REMUNERAÇÃO DO GOVERNO</b>	<b>(283.882)</b>	<b>(251.406)</b>	<b>12,9%</b>
<b>Tributos e Contribuições</b>	<b>(86.621)</b>	<b>(99.333)</b>	<b>-12,8%</b>
PIS	(11.848)	(10.413)	
COFINS	(72.919)	(64.517)	
CPMF	(245)	(12.198)	
CSLL	(1.609)	(12.205)	
<b>Impostos e Taxas</b>	<b>(197.261)</b>	<b>(152.073)</b>	<b>29,7%</b>
IRPJ	(50.372)	(31.829)	
IOF (sobre Prêmios de Seguros)	(139.981)	(115.579)	
Outros	(6.908)	(4.665)	
<b>DIVIDENDOS</b>	<b>(113.900)</b>	<b>(5.473)</b>	<b>1.981,1%</b>
<b>VALOR RETIDO</b>	<b>(104.694)</b>	<b>(149.110)</b>	<b>-29,8%</b>
Incorporação ao Patrimônio Líquido (*)	(104.694)	(149.110)	
<b>DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO À DISPOSIÇÃO DA MAPFRE</b>	<b>(692.491)</b>	<b>(557.470)</b>	<b>24,2%</b>

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

## Vantagens Competitivas

Para sustentar sua trajetória de crescimento e diferenciar-se no mercado, a MAPFRE procura entender e se antecipar às necessidades de seus clientes e parceiros, investindo no desenvolvimento de produtos e serviços diferenciados e na aplicação das melhores práticas empresariais. Além de atender às diferentes demandas do mercado, a MAPFRE preserva uma importante característica: a de ser especialista em tudo o que faz.

Esse posicionamento capacita a MAPFRE para a criação de valores que possam ser percebidos por seus diferentes públicos de relacionamento: acionistas, colaboradores, segurados, corretores e parceiros de negócio, fornecedores e comunidade.

### FOCO ESTRATÉGICO

Os diferenciais que têm garantido à MAPFRE um crescimento acima da média do mercado são a base do posicionamento estratégico da Companhia que investe em:

#### Oferta Global – Multiprodutos

Com um portfólio composto por mais de 80 soluções personalizadas em seguros, assistência, atividades financeiras e serviços, a MAPFRE é capaz de atender a praticamente todas as necessidades em seguros, de clientes pessoa física ou jurídica.

#### Atuação Multicanal, com Vasta Presença Territorial

Para estreitar o relacionamento com os clientes e com o distribuidor de seus produtos, o corretor de seguros, a MAPFRE conta com a maior rede de sucursais próprias do Brasil, composta por 122 sucursais distribuídas em todas regiões do Brasil, que permitem à MAPFRE conhecer melhor as necessidades das diferentes culturas do País.

#### Atendimento Diferenciado

Para oferecer um atendimento diferenciado e personalizado, em âmbito nacional, a MAPFRE está atenta às características regionais das diversas localidades onde mantém suas sucursais, que contam com profissionais contratados localmente, para estreitar ainda mais o relacionamento com segurados e corretores.

#### Especialidade em Serviços e Assistência

A MAPFRE mantém especialistas em cada uma de suas linhas de produto que, por conhecer profundamente o negócio, são capazes de disseminar as informações para toda a base de corretores, contribuindo para que o segurado seja plenamente atendido em suas necessidades.

## SERVIÇOS AO SEGURADO

### AutoMais

Para garantir um atendimento diferenciado aos seus segurados, a MAPFRE conta com o AutoMais Serviços, um moderno centro automotivo com conceito diferenciado de atendimento onde é possível realizar aviso de sinistro e obter aprovação de pequenos reparos em até 30 minutos. A MAPFRE também oferece mais de 1 mil oficinas referenciadas para garantir comodidade e tranquilidade aos seus clientes.

### Prestadores de Serviço

A MAPFRE conta com uma rede cadastrada de prestadores de serviço formada por 5.982 empresas em todo o País que garantem atendimento personalizados aos segurados. A Empresa também foi pioneira na adoção de guinchos *sider* (modelo baú), que protegem o carro contra chuva, poeira, granizo, atos de vandalismo, garantindo a privacidade do cliente, que não tem seu carro exposto pelas ruas.

### Relacionamento

O contato com o segurado é mantido pela Central de Relacionamento – SIM 24h, que atua como um centro de resultados, orientando de forma diferenciada segurados, corretores e terceiros. Com uma média de mais de 100 mil ligações mensais, o SIM 24h oferece atendimento ativo, orientando de forma diferenciada segurados, corretores e terceiros.



### Defensor do Segurado

Na MAPFRE, o cliente tem seus direitos protegidos pela figura do Defensor do Segurado, um profissional isento e independente que se reporta diretamente ao Grupo MAPFRE na Espanha. O defensor atua como ouvidor e ombudsman, trabalhando para garantir a equidade nas relações, deferir ou indeferir as reclamações e, inclusive, sugerir ajustes para a melhoria dos produtos e serviços da MAPFRE, a partir de informações captadas com os clientes.

### Compromisso

A MAPFRE mantém um compromisso, registrado em cartório, com seus segurados: em caso de perda total, a indenização é feita em até cinco dias úteis, para os seguros de automóvel e em até dez dias úteis, para os seguros de residências, contados a partir da apresentação da documentação completa à MAPFRE.

## SINTONIA COM OS CORRETORES

### Sucursais

Para estreitar o relacionamento com a sua base de 10.649 corretores em todo o Brasil, a MAPFRE conta com 122 sucursais, localizadas principalmente em cidades do interior dos estados.

### Formação e Treinamento

Desde 2006, a MAPFRE mantém, em parceria com o SENAC-SP (Serviço Nacional de Aprendizagem Social), o MAPFRE Centro de Formação para corretores, que oferece cursos de aperfeiçoamento e capacitação para seus parceiros comerciais. A ideia é oferecer treinamento e garantir a qualificação de sua base de corretores sobre os produtos e serviços da Empresa. Em 2008, foram promovidos 18 cursos à distância e 4.716 presenciais, que contaram com a participação de 26.196 pessoas (entre corretores e seus colaboradores), com uma carga horária total de 53.863 horas.

### Tecnologia

Para auxiliar e dar suporte no dia-a-dia do corretor, a MAPFRE oferece uma moderna infra-estrutura tecnológica criada para facilitar o relacionamento com o seu principal canal de distribuição. Esse posicionamento é materializado com a adoção de diversas ferramentas como o portal de relacionamento MAPFRE Connect; o consultor de negócios virtual Max MAPFRE, que fornece serviços via e-mail; e uma equipe de *help desk*, que oferece suporte técnico sobre sistemas de informática.

### Campanhas

O Grupo MAPFRE desenvolve campanhas de incentivo e promoções de vendas para estreitar e fortalecer o relacionamento com os corretores, além de incentivar as vendas e reconhecer as atividades desenvolvidas por esses profissionais.

## Comunicação

O Grupo mantém a Revista Negócios MAPFRE, uma publicação bimestral direcionada aos corretores e que trata a informação como ferramenta de venda, com dicas e novidades sobre o mercado.

## RESPEITO À SOCIEDADE

### Atendimento à População

A MAPFRE também investe no desenvolvimento de ações relacionadas ao negócio, com foco em responsabilidade social. Nas unidades AutoMais, qualquer motorista pode fazer um check-up gratuito em seu veículo. Esse serviço também é oferecido nas Unidades Móveis de Check-up, que percorrem o país para atender à população. Além disso, todas as sucursais MAPFRE estão aptas para atender e prestar orientação a qualquer vítima de sinistros automotivos, segurados ou não, que deseje solicitar indenização do DPVAT. (GRI 4.12)

### Cesvi Brasil

A atuação da MAPFRE foi decisiva para a criação, em 1996, do Centro de experimentação e Segurança Viária – o primeiro centro de pesquisa da América Latina dedicado ao estudo da reparação automotiva e segurança viária. As atividades desenvolvidas pelo Cesvi têm por objetivo estudar, avaliar e oferecer soluções para os trabalhos de reparação, contribuindo para a prevenção de acidentes.

O Centro de Experimentação e Segurança Viária realiza pesquisas e participa da formulação de leis e resoluções de trânsito, contribuindo com a constante melhoria das condições de segurança viária no Brasil, além de participar de importantes resoluções do Conselho Nacional de Trânsito (CONTRAN). Em 2008, apoiou a lei que alterou o limite de ingestão de bebidas alcoólicas por motoristas através da campanha “Um Sopro Pela Vida”.

Entre as pesquisas e estudos conduzidos pelo CESVI destacam-se também: “Potencial de Efetividade do Airbag”, com resultados divulgados para toda imprensa automotiva brasileira; “Análise de Medidores de Velocidade”, cujo resultado foi utilizado para modificar a resolução que obriga a informação sobre a localização de radares; “Índice de Visibilidade”, estudo que possibilita a identificação de veículos que oferecem maior e menor risco à segurança no trânsito; “Índice de Danos de Enchente”, um ranking que aponta e compara a eficiência de cada veículo em manter seu funcionamento ao passar por um ponto de alagamento, garantindo sua mobilidade; e “Índice de Segurança”, um ranking que classifica os veículos de acordo com a disponibilidade de componentes destinados à segurança ativa, segurança passiva e patrimonial.

### Produtos Conscientes

A MAPFRE foi pioneira ao lançar, em 2006, um produto inédito no mercado de seguros, com ênfase para a questão social. Disponível para pessoas físicas e jurídicas, o Fundo de Previdência MAPFRE Governance destina 5% da taxa de administração para a APAE/SP (Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais de São Paulo). Em 2008, colocou no mercado brasileiro o AACD MAPFRE DI, um fundo de investimento que destina 70% da taxa de administração à Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD).

### Fundação MAPFRE

Fomentar a cidadania, a educação e o desenvolvimento econômico sustentável no Brasil são os principais objetivos das ações lideradas pela Fundação MAPFRE, que é responsável pela coordenação de atividades em cinco âmbitos: Prevenção de Acidentes; Arte e Cultura; Formação e Difusão da Cultura de Seguros; Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente; e Ação Social.

## GESTÃO DO CONHECIMENTO

Com a inauguração, em 2007, do MAPFRE Centro de Gestão do Conhecimento, o Grupo deu um importante passo para consolidar a cultura de alta performance com a criação de um espaço concebido para estimular o desenvolvimento e o treinamento de seus colaboradores.

A iniciativa faz parte do posicionamento da MAPFRE, que investe na capacitação e constante atualização profissional de seus colaboradores, bem como no desenvolvimento de atividades que permitam a integração entre as pessoas.

## FERRAMENTAS DE GESTÃO

Para assegurar o crescimento sustentado do negócio e garantir consistência e alinhamento ao planejamento estratégico, a MAPFRE adota um conjunto de metodologias e ferramentas gerenciais que contribuem para a consolidação de seu posicionamento no mercado segurador e para a promoção do conceito de alta performance entre sua equipe:

- Seis Sigma – a filosofia é adotada há oito anos com foco na melhoria de processos e na eliminação sistemática de falhas. A MAPFRE encerrou 2008 com 724 colaboradores capacitados na metodologia Seis Sigma, sendo 590 Yellow Belt's, 79 Green Belt's, 8 Black Belt's, 9 DFSS (*Design for Six Sigma*) e 38 Seis Sigma Executivos.
- Filosofia *Learn Enterprise* – focada no conceito de administração enxuta, com uma estrutura baseada em gestão de soluções simples e em unidades de negócios.
- *Balanced ScoreCard* (BSC) – é utilizado na construção do planejamento estratégico anual, em linha com o Sistema de Gerenciamento de Desempenho (SGD).



5.

## GOVERNANÇA CORPORATIVA

## GOVERNANÇA CORPORATIVA

**A** MAPFRE desde os anos 70 investiu na adoção de boas práticas de governança corporativa, mantendo uma relação ética e de respeito com todos os seus públicos estratégicos. Para atender às expectativas dos acionistas, reforçar o compromisso com seus *stakeholders* e garantir a perenidade do negócio, o Grupo adota mecanismos de controle no mesmo nível requerido às empresas de capital aberto.

Esses princípios fazem parte do Código de Bom Governo, disseminado pela controladora espanhola a todas as suas operações em diversos países. No Brasil, o Código de Conduta, que é distribuído a todos os colaboradores, incorpora estas idéias e funciona como um manual de orientação para a construção e disseminação de uma cultura interna que privilegia a ética em

todos os processos. A MAPFRE mantém ainda uma Política de Divulgação e Uso de Informações Relevantes e Preservação de Sigilo. (GRI 4.8)

Os princípios de responsabilidade social corporativa permeiam o negócio e a estrutura de governança, envolvendo todos os níveis hierárquicos, que procura incorporar critérios de desempenho social e ambiental nas metas de seus colaboradores. (GRI 4.5, 4.10)

O modelo de governança corporativa adotado pela MAPFRE é dividido em duas estruturas interdependentes, uma com viés Estratégico (Estrutura Colegiada) e outra com viés Tático (Estrutura Funcional). O elo entre ambas acontece por meio de um órgão forte da estrutura colegiada, o Conselho de Administração e uma Diretoria Funcional dividida por Unidades de Negócio. (GRI 4.1)

## Estrutura Colegiada

Na MAPFRE o conhecimento, a gestão e o processo decisório são compartilhados, de forma que as decisões estratégicas são sempre colegiadas, tendo o Conselho de Administração como órgão máximo de direção da empresa, e o Comitê de Direção Estratégica o órgão de interface entre o Conselho e os demais órgãos de administração do Grupo do Brasil. Por sua vez, cada Unidade de Negócios, inclusive a de atividades Funcionais, detém Comitê Executivo próprio, que define a estratégia do negócio, ad referendum do Comitê de Direção Estratégica e do Conselho de Administração; e em especial é responsável pela execução tática do planejamento de cada unidade. (GRI 4.2)

### CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

No Brasil, mesmo a MAPFRE, sendo uma S/A de Capital Fechado, mantém um Conselho de Administração composto por nove membros, sendo sete conselheiros independentes e dois internos. Um é o funcionário com mais tempo de casa e com menos de 60 anos de idade. Outro é o presidente da Diretoria, que não tem funções eminentemente executivas, uma vez que a MAPFRE é estruturada por Unidades de Negócio interdependentes, com responsabilidades típicas de uma empresa independente. (GRI 4.1, 4.2, 4.3)

De acordo com o fórum central de decisão e definição da orientação geral dos negócios, nenhuma decisão que mude o planejamento

estratégico do Grupo pode ser tomada pelas Unidades de Negócio, sem a anuência do Conselho de Administração.

As reuniões são bimestrais, ou quando há convocação do presidente ou de qualquer conselheiro. Em 2008, o Conselho reuniu-se oito vezes. O prazo de mandato é de três anos sendo permitida a reeleição.

### COMITÊS

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

#### Comitê de Auditoria

Com reporte direto ao Conselho de Administração, é formado por três membros, todos externos e com perfil diferenciado: especialistas em Finanças e Contabilidade de Seguros, em Ciências Atuariais e em Governança Corporativa. (GRI 4.7)

#### Comitê de Direção Estratégica

Formado por nove membros, com reporte ao Conselho de Administração. É responsável por alinhar as decisões do Conselho e as orientações do acionista único, a MAPFRE América, às

atividades das Unidades de Negócio, das quais recebe feedback mensais das atividades desenvolvidas. (GRI 4.7)

### Comitês Executivos

São presididos pelos máximos responsáveis de cada Unidade de Negócio. Com reporte ao presidente do Comitê de Direção Estratégica, tem funções semelhantes àquele, mas com abrangência somente à Unidade de Negócio.

### Comitês Funcionais

ESTRATÉGIA FINANCEIRA – formado por membros externos, é vinculado ao diretor vice-presidente de Informática, Finanças e Administração.

RECURSOS HUMANOS – vinculado ao diretor-presidente.

ESTRATÉGIA DE CANAIS – vinculado ao diretor-presidente.

## MAPFRE NOSSA CAIXA VIDA E PREVIDÊNCIA

A MAPFRE mantém um acordo de Acionistas com o Banco Nossa Caixa, em razão da participação conjunta que possuem na MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência, na qual a MAPFRE Vera Cruz Seguradora – por meio de sua controlada, a MAPFRE Participações Ltda. – detém 51% do capital votante, e o Banco Nossa Caixa, 49%. O acordo de acionistas prevê:

- › Políticas de participação acionária e ações;
- › Política de investimentos na companhia;
- › Forma e funcionamento das Assembléias

Gerais, Conselho de Administração, Diretoria e Conselho Fiscal;

- › Opção de compra e venda de ações;
- › Acordo de não-concorrência;
- › Acordo de confidencialidade;
- › Política de distribuição de resultados.

Em dezembro de 2008, o Banco do Brasil adquiriu o controle acionário do Banco Nossa Caixa. A transação foi objeto de autorização por parte da Assembléia Legislativa do Estado de São Paulo, de acordo com a Lei Estadual nº 13.286/2008, e está condicionada à aprovação do Banco Central do Brasil.

## CONSELHO FISCAL

De caráter permanente, o Conselho Fiscal é mantido apenas na MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência, em atendimento ao acordo de acionistas. É formado por três conselheiros, eleitos para mandato de um ano. Compete ao órgão fiscalizar os atos dos administradores e verificar o cumprimento dos seus deveres legais e estatutários; opinar sobre o Relatório Anual da administração; analisar o balancete e demais demonstrações financeiras elaboradas periodicamente pela Companhia; examinar e opinar sobre as demonstrações financeiras do exercício social. Em 2008, o Conselho Fiscal reuniu-se doze vezes. (GRI 4.1)

## Estrutura Funcional

### DIRETORIA

Composta por um Diretor-Presidente, que tem a função de harmonizar as Unidades de Negócio, garantir a aplicação em nível máximos dos princípios do Grupo e coordenar as atividades dos vários Comitês Executivos; por cinco vice-presidentes; 12 diretores estatutários e uma diretoria de Auditoria Interna e de Controles Internos que, para garantir a independência de suas funções, não tem formalização estatutária e reporta-se ao Comitê de Auditoria e à direção geral de Auditoria do Grupo MAPFRE funcionalmente.

### CONSELHEIROS

**ANTONIO CÁSSIO DOS SANTOS** – Presidente do Conselho de Administração e Diretor-Presidente das empresas de Seguros do Grupo MAPFRE no Brasil. Economista e contabilista, pós-graduado em Economia de Empresas e MBA em Finanças no Brasil. É mestrado pela Vanderbilt University do Tennessee – Estados Unidos, e especialista em Assuntos Latino-Americanos pela Consórcio University of Florida e Vanderbilt University; e com especialização em Global Management pelo IESE Instituto de Empresas da Universidad de Navarra, Espanha. É presidente da FENAPREVI – Federação Nacional de Previdência e Seguros de Vida (mandato 2007-2010); Vice-Presidente da Confederação Nacional de Seguros, Previdência e Capitalização. Membro da Comissão Multilateral de Microseguros junto ao governo brasileiro. Membro do Conselho do WTC (World Trade Center) - Brasil e da Ray & Berndtson. Membro do Advisory Committee de LL Global, maior organização de seguros de vida do mundo, com sede em Hartford.

**ADEMAR SCHARDONG** – Diretor-Presidente do Banco Cooperativo SICREDI e membro do Conselho Deliberativo da Federasul. É bacharel em Direito. Foi vice-presidente da Associação Comercial de Porto Alegre e do Sindicato dos Bancos no Estado do Rio Grande do Sul, e presidente da Cooperativa Central de Crédito RS – SICREDI Central.

**ÁLVARO ALMEIDA** – Desde 2004 atua na Editora Caras. Possui formação em Publicidade e Propaganda. Já trabalhou na Rede L&C de Rádio.

**APARECIDO LUIZ PEREIRA** – Gerente de Seguros Gerais da MAPFRE Vera Cruz Seguradora. É formado em Ciências Administrativas e Contábeis. Já atuou na Sanbra S/A Indústria Extrativa e Sentinela Corretora de Seguros.

**ELVIRA LEÃO PALUMBO** – Advogada especializada em Direito Processual Civil e Penal. Bacharel em Direito, com pós-graduação na área. Exerceu cargos públicos de Procuradora do Município, Procuradora do Estado de São Paulo, Juíza Federal.

**FERNANDO PÉREZ-SERRABONA GARCÍA** (MAPFRE Seguradora de Garantias e Crédito S/A / MAPFRE Seguradora de Crédito à Exportação S/A) – Diretor-geral da MAPFRE América Caución y Crédito (Espanha).

**HÉLIO ZYLBERSTAJN** – Professor do Departamento de Economia da FEA/USP. Licenciado em Física, com bacharelado em Economia e doutoramento em Industrial Relations. Já atuou como professor secundário na rede pública e privada de São Paulo, técnico da Prodesp – Cia. de Processamento de Dados de São Paulo e pesquisador da FIPE.

**HELOÍSA BELOTTI BEDICKS** (MAPFRE Seguradora de Garantias e Crédito S/A / MAPFRE Seguradora De Crédito à Exportação S/A) – Secretária-geral do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. Graduada em Economia e Contabilidade, com pós-graduação em Finanças, Contabilidade e Administração Financeira e especialização em Governança Corporativa. Atuou na Arthur Andersen e como consultora autônoma.

**LAJOSE ALVES GODINHO** – Vice-presidente da Cooperativa Central de Crédito de Goiás. Formado em Ciências Jurídicas, com pós-graduação em Cooperativismo. Foi presidente da Cooperativa de Crédito Rural do Vale do Paranaíba, membro do Conselho Deliberativo do Sindicato e Organização das Cooperativas do Estado de Goiás, coordenador do Conselho de Ética da Organização das Cooperativas, coordenou a criação do Banco Cooperativo do Brasil, ex-vice-presidente da Organização das Cooperativas Brasileiras, ex-presidente da Associação Nacional de Cooperativas de Crédito, ex-coordenador do Comitê de Ética da Organização das Cooperativas Brasileiras e ex-coordenador do Conselho Especializado de Crédito.

**MARIO JOSÉ GONZAGA PETRELLI** (Mares-MAPFRE Riscos Especiais Seguradora S/A) – Dirigente de empresas nas áreas de Seguros, Previdência e Capitalização. Formado em Direito e Administração de Empresas. Faz parte da diretoria da Icatu Hartford Seguros e Capitalização, é membro do Conselho Deliberativo da Mongeral Previdência Privada, presidente do Conselho Fiscal da Caixa Capitalização, vice-presidente do Conselho Deliberativo da DTCOM-Direct to Company e empresário nas áreas de Comunicação, Rádio e Televisão nos estados de Santa Catarina e Paraná.

**MAURO CÉSAR BATISTA** – Administrador de Empresas, Presidente da ANSP (Academia Nacional de Seguros e Previdência), Diretor da FENASEG (Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados e de Capitalização), Membro do Conselho Diretor da Sociedade Brasileira de Ciências do Seguro e Membro do Conselho de Administração da FUNENSEG (Fundação Escola Nacional de Seguros).

**MAURO RICARDO MACHADO COSTA** (MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência) – Secretário da Fazenda do Estado de São Paulo, é funcionário de carreira no Governo Federal, no cargo de auditor-fiscal da Receita Federal, com 25 anos de serviço público. É formado em Administração de Empresas, com pós-graduação em Administração Pública. É membro do Conselho de Administração de diversas empresas, entre elas, Companhia Energética do Estado de São Paulo, Banco Nossa Caixa, Nossa Caixa Capitalização, Companhia Paulista de Parceria, Companhia de Seguros do Estado de São Paulo, Conselho de Defesa dos Capitais do Estado, Companhia de Engenharia e Tráfego.

**MILTON LUIZ DE MELLO SANTOS** (MAPFRE NOSSA CAIXA VIDA E PREVIDÊNCIA) – Diretor-presidente e membro do Conselho de Administração do Banco Nossa Caixa. Bacharel em Ciências Econômicas, com Master of Science (M.Sc) em Economia Rural. Já atuou no Banco Central do Brasil, no Banco Agrimisa, na Secretaria da Fazenda de Minas Gerais, no Banco de Crédito Real de Minas Gerais, na Caixa Econômica Federal, no Banco Interamericano de Ahorro e Préstamo e no Banco Cooperativo do Brasil.

**RUY MARTINS ALTENFELDER SILVA** – Advogado. É formado em Direito e Administração de Empresas. Foi diretor do Moinho Santista, secretário de Estado – Ciência e Tecnologia e Desenvolvimento Econômico e Turismo do Estado de São Paulo.

**SIMÃO DAVI SILBER** – Professor da Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo. Bacharel em Economia, com mestrado em Economia e Master of Arts, Master of Philosophy e Philosophy Doctor (Ph.D). Já atuou como diretor-presidente e diretor de Pesquisas da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE).

**WILSON TONETO** (MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência) – Vice-presidente de Administração, Finanças e Tecnologia da MAPFRE, com 20 anos de atuação na Empresa. É formado em Contabilidade e Economia, com extensão em Gestão Empresarial. Também é diretor do Cesvi Brasil – Centro de Experimentação e Segurança Viária.



## 6. | GESTÃO DE RISCOS

## GESTÃO DE RISCOS (GRI 1.2)

**A** MAPFRE adota práticas de gerenciamento de risco com o objetivo de minimizar ou eliminar as perdas em caso de contingências de mercado ou de suas operações. O foco das ações está na avaliação dos principais riscos e situações de não-conformidade, em âmbito operacional e financeiro, que são tratados com planos de ação específicos com ênfase nos processos internos.

### Operacionais

Para se prevenir de fatores externos e internos que podem interferir negativamente nos negócios, principalmente aqueles relacionados diretamente com os objetivos estratégicos, a MAPFRE adota o modelo internacional, denominado COSO II-ERM.

Baseada na disseminação da cultura de gestão de riscos e de controle, essa metodologia permite identificar, avaliar e responder aos riscos operacionais, além de estabelecer e manter atualizadas as atividades de controle de prevenção dos riscos não aceitos e de detecção de riscos residuais. (GRI 4.11)

O processo de gestão dos riscos operacionais da MAPFRE é coordenado desde a *holding*, na Espanha, por meio de um aplicativo exclusivo denominado *Riskm@p* e está baseado em cerca de 600 fatores de risco, distribuídos por tipo de risco e por processos e subprocessos.

Os resultados são avaliados periodicamente pela maioria dos gestores, a partir da adoção de um processo de *control-self assesment*, e são registrados em mapas de risco que permitem visualizar as seguintes variáveis: probabilidade de ocorrência, importância relativa e grau de controle de cada risco avaliado. A partir dessa visão, e de um estreito acompanhamento da *holding*, são estabelecidas ações que buscam manter em equilíbrio os níveis das três variáveis, estabelecidos em cinco degraus (de muito baixo a muito alto).

Além de serem obtidos por tipo de risco, por processo ou por subprocesso, os mapas de risco também podem ser visualizados desde um setor de negócio (Automóvel, Vida, Ramos Elementares, Garantia, Previdência, etc.), de uma atividade de *back-office* (Recursos Humanos, Jurídico, Controladoria, Investimentos, etc.) ou até de uma posição consolidada do Grupo, passando por cada uma das empresas que o compõem.

Na MAPFRE, todo o processo de avaliação de riscos operacionais é coordenado pela área de Controles Internos Corporativos, que atua de forma independente e define as avaliações finais com base em tratamento estatístico provido pelo *Riskm@p*.

A avaliação da qualidade do conjunto de elementos que formam o sistema de controles internos (estabelecimento de objetivos estratégicos, gestão de riscos operacionais, atividades de controle, divulgação e cultura de controle), bem como a consequente identificação de oportunidades de melhoria, é feita de forma sistemática e isenta pela área de Auditoria Interna, que responde diretamente à *holding* e ao Conselho de Administração. Além disso, a área é responsável por testar a conformidade dos negócios e atividades do Grupo, sob o conceito de *compliance*. (GRI 4.9)

## Financeiros

### RISCO DE MERCADO

A MAPFRE adota políticas rígidas de controle e estratégias previamente estabelecidas e aprovadas pelo Comitê Executivo e Conselho de Administração. Esse posicionamento permite à Empresa se proteger das oscilações e volatilidade nos preços dos ativos bem como reduzir sua exposição aos riscos de mercado. Todas as operações são controladas com as ferramentas *Stress Testing* e *Value At Risk* e, posteriormente, confrontadas com a política de controle de risco adotada, de *Stop Loss*. Além disso, apenas 5% dos recursos da Empresa podem ser aplicados em papéis com riscos, o que garantiu à MAPFRE enfrentar a crise mundial no final de 2008 sem perdas significativas.

### RISCO DE CRÉDITO

De acordo com uma política própria da MAPFRE, qualquer risco de crédito, antes de ser inserido na carteira, deve ser aprovado pelo Comitê de Estratégia Financeira, que se reúne quinzenalmente. Além disso, o crédito precisa ter um rating mínimo local, nível A, das agências Standard & Poor's ou Moodys.

### RISCO DE LIQUIDEZ

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

### RISCO DE MOEDA

A MAPFRE conta com política de *hedge* de passivos em diferentes moedas e indicadores (dólar, euro, IGPM, IPCA, TR, etc.) que garante o controle dos passivos de acordo com sua exposição.



## 7. | GESTÃO PARA A SUSTENTABILIDADE



# GESTÃO PARA A SUSTENTABILIDADE

## Estrutura da Gestão

Antes de o conceito de responsabilidade social corporativa tornar-se difundido, a MAPFRE já se preocupava em disseminar práticas empresariais responsáveis – está no seu “DNA” de empresa nascida da vontade de agricultores espanhóis de impulsionar seus negócios e se protegerem mutuamente. Na MAPFRE, há 75 anos o negócio de seguros semeia o desenvolvimento sustentável. (GRI 1.2)

A MAPFRE, porém, não para e busca melhorar sempre. Em 2008, as ações da Fundação MAPFRE foram reestruturadas e foi formado um núcleo de Responsabilidade Social Corporativa. O Grupo desenvolve e implementa essas práticas, tornando-as cada vez mais integradas aos seus objetivos corporativos, oferecendo produtos e serviços que atendam às demandas específicas dos diferentes clientes e atuando com ética e transparência no mercado. (GRI 1.2, F51)

Essas iniciativas promovem a criação de valores tangíveis e intangíveis, com impacto direto ou indireto no resultado financeiro da Empresa, conforme ilustra o modelo de geração de valor do Institute for Management Development (IMD), da Suíça:

**MODELO DE GERAÇÃO DE VALOR**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA**

Valores tangíveis      Valores intangíveis

**Melhora da performance financeira**

Adaptado de “Quantifying economic effects of corporate sustainability initiatives - Activities and Drivers”. International Institute for Management Development - IMD (Suíça)

As ações promovidas pela Empresa baseiam-se na análise e compreensão das demandas de seus principais públicos de interesse, atendendo às suas expectativas e necessidades. Na MAPFRE, a responsabilidade social é parte do negócio. (GRI 4.14, 4.15 e 4.16)

#### PÚBLICOS DE INTERESSE IMPACTADOS PELO GRUPO MAPFRE



“Este é um momento em que devemos trabalhar para conscientizar as pessoas sobre a necessidade do desenvolvimento sustentável, para que as futuras gerações tenham o direito a um planeta saudável. A comunicação pode contribuir, e muito, para disseminar esta mensagem”

Antonio Cássio dos Santos,  
Presidente da MAPFRE

O conceito de desenvolvimento sustentável surgiu em 1987 na Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criada pela ONU. A partir da década de 1990 este conceito difundiu-se no âmbito empresarial por meio de práticas de Responsabilidade Social Corporativa, reposicionando o papel das empresas para

atuarem como organizações transformadoras da sociedade.

A MAPFRE vem consolidando sua atuação responsável por meio da Fundação MAPFRE e do Núcleo de Responsabilidade Social Corporativa, criado em 2008.

## Gestão da Ética e Transparência

Em consonância com seus Valores e Princípios, o Grupo MAPFRE adota um código de conduta e de bons costumes e políticas corporativas claras de subscrição de riscos, prevenção de crimes de lavagem de dinheiro e de prevenção de fraudes. As regras em vigor norteiam todos os negócios, atividades e controles, e constituem-se na principal referência de ação para gestores e colaboradores.

Em 2008, foi criada a área de Controle Interno, que revisa todos os processos e procedimentos de governança de todas as unidades de negócios do grupo, além de submetê-las a avaliações de riscos relacionados a corrupção. Na última avaliação de riscos operacionais, 90% das empresas do Grupo participaram. Foram envolvidos 470 gestores, que responderam 4.925 questionários sobre 4.672 fatores de riscos. Não foram identificados casos de corrupção no período coberto pelo relatório. (GRI 502, GRI 504)

O Controle Interno assegura a isenção das avaliações do desempenho dos aspectos corporativos de governança, gestão de riscos, estratégias e prevenção a lavagem de dinheiro em todo o Grupo MAPFRE, evitando conflitos de interesse. (GRI 4.6, FS15)

Nesse sentido, o Grupo implementou em 2008 cursos em formato e-learning específicos e obrigatórios sobre anticorrupção para todo o público interno. O curso de Prevenção a Fraude em Seguros, com 2.499 (96% do total de colaboradores) participantes, foi um deles. Os conceitos ensinados são periodicamente retomados por ações de endomarketing. Um total de 2.314 colaboradores (89%) também participou de cursos sobre prevenção a lavagem de dinheiro. (GRI 503)

## Práticas Responsáveis

### COLABORADORES

#### Valorização e Ambiente

Os colaboradores da MAPFRE são a principal fonte de seu sucesso e, para valorizar o comprometimento do Grupo com seu time de profissionais, a estratégia de Gestão de Pessoas do Grupo estimula a cultura de alta performance e incentiva atitudes positivas de qualificação profissional, integração, confiança, motivação e bem-estar.

Os resultados mais recentes alcançados pela MAPFRE ressaltam a solidez desta estratégia: na pesquisa de clima organizacional realizada em 2008, os itens credibilidade da Empresa, respeito entre as pessoas, imparcialidade e uso de ferramentas claras de desempenho destacaram-se por sua boa avaliação. O índice de colaboradores satisfeitos subiu para 79% em comparação com os 69% de 2007. A MAPFRE é considerada um bom lugar para trabalhar por 88% dos seus colaboradores.

O Encontro de Negócios com o Presidente, um espaço de conversa sobre mercado, estratégias e a Visão de Futuro da MAPFRE, é um canal direto de comunicação entre colaboradores e o corpo diretivo. De um lado, ele recebe críticas e sugestões; de

**A criação de uma organização internacional para as questões do trabalho, a OIT (Organização Internacional do Trabalho), baseou-se em argumentos humanitários, políticos e econômicos. Suas raízes estão no início do século 19, quando os líderes industriais Robert Owen e Daniel le Grand promoveram o desenvolvimento e harmonização da legislação trabalhista e melhorias nas relações de trabalho.**



outro, dissemina orientações. Outro grande evento realizado ao final de cada ano é o Alinhamento Estratégico, um encontro de gestores para deixar claras as expectativas da alta direção. Em 2008, neste evento foram realizados 8 fóruns com a presença de 506 gestores de todo o Brasil. É por esse mecanismo de diálogo que as mais relevantes recomendações e aspirações dos colaboradores são direcionadas ao Conselho de Administração – o mais alto órgão de governança da Empresa. (GRI 4.4)

**Neste sentido, o fator humano nas empresas evoluiu de mero insumo no processo produtivo a criador e disseminador de conhecimento.**

**Preocupada com a ética e a qualidade de seu ambiente de trabalho, a MAPFRE possui uma estratégia de Gestão de Pessoas que integra produtividade no trabalho com desenvolvimento profissional e pessoal de seus colaboradores.**

Encontro de Negócios com o Presidente, programa que aproxima a alta direção dos colaboradores.

Para promover a qualidade de vida entre seus colaboradores, a MAPFRE dispõe do POP – Programa de Ouvidoria e Papo, que presta apoio psicológico, pedagógico e de assistência social aos colaboradores e suas famílias 24 horas por dia e esclarece dúvidas sobre procedimentos da empresa, além de receber sugestões e elogios. Também fazem parte do POP as Ouvidorias, que são os atendimentos sobre o Código de Conduta e Bons Costumes da MAPFRE. (GRI LAB)

## Voluntariado



A Equipe MAPFRE Legal foi a vencedora do MAPFRE Ação Social 2008 e recebeu um prêmio de R\$ 20.000 para doar a entidades assistenciais

O número de trabalhos comunitários apoiados pelos colaboradores da MAPFRE em 2008 dobrou em relação a 2007 e o total de colaboradores envolvidos em ações solidárias também aumentou no ano passado. A campanha MAPFRE de Ação Social beneficiou 28 entidades com a arrecadação dos seguintes itens:

61	itens de higiene
108	eletroeletrônicos
243	acessórios diversos
488	peças de cama, mesa e banho
566	calçados
1.124	brinquedos
1.660	produtos de higiene
3.963	produtos de alimentação
4.553	peças de roupa
5.403	livros

Várias equipes mobilizaram-se também para doação de sangue, realização de almoços e jantares beneficentes em prol de 28 entidades e do “Dia da Beleza” em asilos. No Dia das Crianças, presentes foram entregues em creches e orfanatos.

## Desenvolvimento Profissional

A MAPFRE preocupa-se em promover o desenvolvimento profissional de seus 2.596 colaboradores. Em 2008, a Empresa ofereceu 30 horas de treinamento em média por funcionário e em 2009 pretende reformular a gestão de horas de aperfeiçoamento, classificando-as por categoria funcional. Dessa maneira, será possível identificar com maior precisão as demandas por desenvolvimento de seus colaboradores, os temas a serem trabalhados e a eficiência dos treinamentos. (GRI LA10)

## Perfil dos Colaboradores

Os 2.596 colaboradores da MAPFRE são distribuídos da seguinte maneira pelo país:

### PERFIL DOS COLABORADORES DA MAPFRE - CONTRATOS EFETIVOS (GRI LA1)

Região	Chefia	Operacional	Técnico	Total Geral
Sudeste	483	449	1.299	2.231
Sul	40		144	184
Nordeste	24		83	107
Centro-Oeste	12		48	60
Norte	2		12	14
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>561</b>	<b>449</b>	<b>1.586</b>	<b>2.596</b>

A MAPFRE teve neste ano uma taxa de rotatividade de 18,22%, com o seguinte perfil (em valor absoluto):

#### TOTAL DE DEMISSÕES (GRI LA2)

Faixa etária	Total
30 anos idade	175
30 a 50	254
Acima 50	20
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>449</b>

Gênero	Total
Mulheres	198
Homens	251
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>449</b>

Região	Total
Centro-Oeste	9
Nordeste	19
Norte	3
Sudeste	376
Sul	42
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>449</b>

## Direitos Trabalhistas

A MAPFRE não interfere no direito de seus colaboradores de exercer a liberdade de associação e a negociação coletiva. Além disso, todos são abrangidos por acordos de negociação coletiva. (GRI HR5 e LA4)

Os colaboradores são beneficiados pelo plano de Previdência Privada MAPFREPREV, no qual a participação da Empresa é baseada em Contribuição Definida (a reserva acumulada definirá o valor do benefício futuro). As contribuições básicas e adicionais são creditadas nas respectivas contas de contribuição do participante para

a formação da reserva. Ele poderá resgatar ou transferir suas contribuições a qualquer momento, depois da carência de 60 dias para a primeira solicitação e entre as demais. (GRI EC3)

O MAPFREPREV possui também coberturas de risco para seus colaboradores com contratação opcional e sem participação da Empresa no custeio. Esse tipo de plano é baseado em benefício definido. Ao iniciar o plano, o colaborador estabelece o valor do benefício do risco que poderá ser, no máximo, de 70% do valor do salário bruto do participante do plano. (GRI EC3)

As reservas constituídas são retidas e mantidas em fundos separados das demais aplicações da Empresa. A adesão dos colaboradores é de aproximadamente 50%. (GRI EC3)

#### TIPOS DE CONTRIBUIÇÕES (GRI EC3)

FAIXA ETÁRIA	CONTRIBUIÇÃO DO PARTICIPANTE, EM % DO SALÁRIO	CONTRIBUIÇÃO DA EMPRESA SOBRE A DO PARTICIPANTE
Até 39 anos e 11 meses e 29 dias	1% a 7%	20%
De 40 até 49 anos, 11 meses e 29 dias	1% a 9%	25%
A partir de 50 anos	1% a 12%	30%

#### TAXAS DE LESÕES, DOENÇAS OCUPACIONAIS, DIAS PERDIDOS, ABSENTEÍSMO E ÓBITOS RELACIONADOS AO TRABALHO (GRI LA7)

Óbitos	0
Doenças ocupacionais	0
Absenteísmo	3,34%
Taxas de lesões	0,03%

A MAPFRE não registrou em 2008 casos de discriminação nem multas e sanções não-monetárias resultantes da não conformidade com leis e regulamentos. (GRI 508 e HR4)

“Todos esses produtos foram projetados considerando as novas necessidades do público feminino, que hoje é mais independente e precisa administrar a sua casa, as finanças, o veículo e, acima de tudo, a família e os filhos”.

“A combinação destas soluções visa garantir proteção e cuidados especiais às mulheres e sua família, proporcionado um ambiente mais saudável e um aumento na qualidade de vida dentro e fora do lar”.

Antonio Cássio dos Santos,  
Presidente da MAPFRE

## SEGURADOS

Enquanto seguradora, a MAPFRE contribui para o desenvolvimento econômico sustentável do Brasil, oferecendo suporte às atividades produtivas e garantindo confiabilidade presente e futura a seus segurados. (GRI 1.2)

Nesse sentido, desenvolve seus produtos e serviços com base na identificação de necessidades específicas de seus segurados. Um exemplo é o conjunto de soluções para o público feminino, entre as quais está o MAPFRE Vida Mulher. O seguro contempla assistência para a casa, carro, finanças e, principalmente, à saúde, com proteção especial para o caso de diagnóstico de câncer de mama ou de colo do útero – o plano antecipa 100% da indenização para o tratamento das duas doenças. (GRI FS1)

**A atividade seguradora no Brasil teve início com a abertura dos portos ao comércio internacional, em 1808. A primeira sociedade de seguros a funcionar no país foi a “Companhia de Seguros BOA-FÉ”, em 24 de fevereiro daquele ano, que tinha por objetivo operar no seguro marítimo. Surge então a figura do segurado e uma grande diversidade de produtos e serviços adequados às mais diversas demandas.**

Foi pensando nesse público que a MAPFRE apoiou a Corrida e Caminhada Contra o Câncer de Mama, uma das principais ações de divulgação do combate à enfermidade no país, realizando atividades que pudessem divulgar o evento, além de incentivar a participação de profissionais da Companhia. A atividade faz parte da campanha “Um Beijo pela Vida”, desenvolvida pelo Instituto Avon, que divulga a importância do combate à doença.

A MAPFRE coloca em prática também sua responsabilidade no atendimento das demandas econômicas e sociais do país com a criação do microsseguro em parceria com uma das maiores redes varejistas do país, produto destinado a pessoas que ganham até quatro reais por dia. Com uma apólice contratada por menos de dez reais mensais, o segurado protege seu patrimônio e atenua quedas bruscas de renda, típicas do trabalho autônomo ou causadas por desemprego, por exemplo. (GRI F57)



Prezando esse relacionamento, a comunicação dos produtos e serviços ao segurado é feita de forma ética, seguindo as normas do Conar (Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária) e as circulares Susep 256/04 e 369/08, que regulamentam a propaganda e a publicidade de produtos e serviços no segmento de seguros. (GRI PR6)

A nova regulamentação dos serviços de atendimento ao consumidor, em vigor desde dezembro, exigiu alterações tecnológicas e de processos, além da contratação de mais colaboradores na central de atendimento da MAPFRE.

**A MAPFRE sempre buscou atender a essas necessidades desenvolvendo uma carteira ampla de produtos e serviços e ampliando o diálogo com este público - em 1998 já estava funcionando o Defensor do Segurado, que tem como objetivo proteger os direitos dos**

**segurados e zelar pelo equilíbrio de suas relações com a companhia nos assuntos decorrentes de contratos de seguros, com poder decisório (dentro do que rege o regulamento), autonomia e princípios de equidade.**

## CORRETORES E PARCEIROS DE NEGÓCIOS

### Corretores

No Grupo MAPFRE, a experiência dos antigos corretores enriquece o crescimento dos novos. Por isso, foi criado o Programa Corretor Júnior, que garante plenas perspectivas de desenvolvimento profissional a quem está entrando no negócio.

Logo nos primeiros contatos, a Empresa convida os novos corretores para conhecer as instalações da companhia, como parte do programa de boas-vindas aos novos profissionais.

Para reforçar o vínculo com os corretores, foi criado em 2008 um novo portal, que orienta os profissionais sobre o mercado de seguros, necessidades administrativas, conhecimentos técnicos e relacionamento com os segurados.

O portal oferece um espaço alternativo para

solucionar dúvidas do ramo segurador. Também dedicou uma célula de atendimento específica para esse público, com processos e atendentes concentrados em resolver seus problemas.

Neste ano, a MAPFRE permitiu ao corretor oferecer um serviço mais rápido para o segurado e uma cotação mais precisa, aumentando a satisfação e confiança do segurado e dos próprios corretores, ao lançar o AutoMais Online. A ferramenta permite um processo de cálculo imediato de preços e prêmios na realização de cotações para os segurados. (GRI 4.17)

Com a capilaridade de seus corretores e a estratégia de microsseguros, a Empresa possui abrangência nacional, possibilitando que áreas com baixos poder aquisitivo e densidade populacional tenham acesso a seus produtos e serviços. (GRI F513)

**CORRETOR: a profissão surgiu em Portugal em 1578 e não é adotada por todos os países. No Brasil, onde foi regulamentada em 1964, o papel do corretor é de mediar as relações entre Segurado e Seguradora. Antigamente vistos como vendedores de seguros, os corretores são considerados**

**pela MAPFRE como verdadeiros parceiros, que influenciam na definição de produtos e serviços. Foi para atender à demanda desses parceiros que a Empresa lançou, em 2008, o produto AutoMais Online.**

## Parceiros

As parcerias de negócio permitem à MAPFRE oferecer produtos diferenciados a seus segurados, num total de 82 soluções de seguros com serviços e diferenciais.

Onde quer que atue, a Empresa desenvolve parcerias para crescer, aproveitar as oportunidades que o mercado local oferece e gerar mais investimentos. Foi assim nas novas sucursais criadas em 2008 em Londrina (PR), Porto Velho (AC), Americana (SP), Natal (RN) e Uberaba (MG).

A MAPFRE incentiva que os integrantes da sua cadeia de valor também adotem práticas responsáveis e, por isso, ao firmar acordos com seus fornecedores, inclui nos contratos cláusulas que garantam que o parceiro não fará uso de trabalho infantil ou escravo. Além disso, procura contratar fornecedores locais em suas sucursais e territoriais, totalizando gastos da ordem de R\$ 2.500.000,00. No entanto, a MAPFRE não possui em seus contratos de investimentos cláusulas referentes especificamente a direitos humanos. (GRI HR6, GRI HR7, GRI HR1)

Essa preocupação com práticas responsáveis faz também com que a Empresa exija de seus parceiros atestados para garantir que estes preservem o meio ambiente, seja na compra de móveis ou mesmo na troca de ar-condicionado em seus escritórios. A MAPFRE ainda não faz o monitoramento frequente dos fornecedores com relação ao cumprimento dos direitos humanos nem pede que estes apontem as respectivas medidas adotadas para evitar violações de direitos. No entanto, considera posturas socioambientais corretas em suas decisões de compra. (GRI HR2)



## GOVERNO E SOCIEDADE

### Compromissos e Parcerias

A fim de garantir o alcance econômico e social de suas iniciativas, a MAPFRE firma parcerias com organizações públicas, privadas, do terceiro setor e universidades, mobilizando as competências específicas da instituição parceira para suprir às demandas e necessidades dos projetos e programas em curso. (GRI 4.15 e 4.16)

Ao participar de diversos grupos de trabalho e associações, estabelece uma ampla rede de desenvolvimento do mercado de seguros e garante a transparência nos negócios desse setor, além de reforçar perante estas associações seu papel social e ambiental. A seguir são apresentadas as instituições com as quais a MAPFRE mantém relacionamento. (GRI 4.13, F515)

A articulação entre empresas, governo, academia e sociedade civil tem se tornado cada vez mais consistente e necessária para a promoção do desenvolvimento sustentável, o que se reflete na criação pela ONU do Pacto Global e dos Objetivos do Milênio em 2000. Esses movimentos têm o objetivo de promover um

diálogo entre empresas, terceiro setor, academia e governos para melhorias de indicadores de desenvolvimento humano e de sustentabilidade ambiental.

Comprometida com essas iniciativas, a MAPFRE promove articulações com entidades do setor de seguros, parcerias com órgãos de governo locais e colaboração entre entidades educacionais e culturais para ampliar o alcance de suas práticas sustentáveis.

**GRUPOS DE TRABALHO/ASSOCIAÇÕES****PAPEL DA MAPFRE**

<b>CNSeg</b> – Confederação Nacional de Seguros, Resseguros, Previdência Privada Aberta, Saúde Suplementar e Capitalização	Contribuir para o ordenamento do mercado de seguros, com a definição de políticas, práticas e ações que preservem os interesses das seguradoras e agreguem valores à sociedade brasileira.
<b>SINDSEG</b> – Sindicato das Empresas de Seguros Privados e de Capitalização (SP, RJ, RS, PR, SC, MG e PE)	
<b>FENAPREVI</b> – Federação Nacional de Previdência Privada e Vida	Contribuir para o mercado de vida e previdência.
<b>FENSEG</b> – Federação Nacional de Seguros Gerais	Contribuir para o mercado de seguros gerais.
<b>ANSP</b> – Academia Nacional de Seguros e Previdência	A MAPFRE é mantenedora da ANSP e contribui para que esta realize seus projetos voltados para as instituições de seguro.
<b>FUNENSEG</b> – Fundação Escola Nacional de Seguros	Contribuir para que a entidade cumpra os projetos aprovados pelo Conselho de Administração.
<b>SBCS</b> – Sociedade Brasileira de Ciências do Seguro	
Câmara de Comércio Argentino-Brasileira Associação Comercial e Industrial de Florianópolis e Blumenau	Contribuir para o desenvolvimento da organização, buscando oportunidades e sinergia de negócios.
Instituto São Paulo contra a Violência (Disque-Denúncia)	A MAPFRE é mantenedora do instituto, contribuindo economicamente para a realização de seus projetos.
Clubes de Vida em Grupo de SP, RJ, RS e PR	Contribuir economicamente para que os clubes atinjam seu objetivo.
<b>LIMRA</b> – Life Insurance Marketing Research Association	Promover o desenvolvimento e o aprimoramento das atividades de Seguro de Vida e Previdência no mundo
<b>LOMA</b> – Life Office Management Association	
<b>ABESA</b> – Associação Brasileira de Serviços de Assistência	Contribuir economicamente para o desenvolvimento da associação, dando apoio aos seus projetos.
<b>ABGR</b> – Associação Brasileira de Gerência de Riscos	Contribuir para o desenvolvimento de ações, inclusive economicamente, apoiando os seus projetos.
<b>ABPCEA</b> – Associação Brasileira de Prevenção e Controle de Emergências Ambientais	Coordenar as atividades da diretoria de análise de riscos, o que é feito pela direção do ITSEMAP do Brasil.
<b>ABRAMET</b> – Associação Brasileira de Medicina de Tráfego	Contribuir para o Núcleo de Pesquisa em Segurança Viária, oferecendo apoio científico e prestando serviços ligados às áreas de segurança e medicina do tráfego.
<b>ABNT</b> – Associação Brasileira de Normas Técnicas	Auxiliar nos trabalhos técnicos e receber informações de novas normas brasileiras com maior agilidade
<b>AEA</b> – Associação Brasileira de Engenharia Automotiva	Participar de discussões técnicas sobre temas automotivos promovidas pela associação e das comissões técnicas da entidade.
<b>ABT</b> – Associação Brasileira de Telesserviços	Promover o desenvolvimento e o aprimoramento das atividades do Telemarketing no Brasil
<b>AMCHAM</b> – Câmara Americana de Comércio	Promover discussões sobre políticas públicas no Brasil e nos Estados Unidos a fim de estimular o comércio e o investimento internacionais
Câmara Oficial Española de Comercio em Brasil	Contribuir para discussões e decisões de relevância para as relações econômicas e comerciais entre Brasil e Espanha

A representatividade da MAPFRE em seu setor tem se consolidado a cada ano. Desde 2007, seu presidente, Antonio Cássio dos Santos, assumiu também a presidência da Fenaprevi (Federação Nacional de Previdência Privada e Vida).

A MAPFRE estabelece uma estreita relação com o poder público para o desenvolvimento conjunto de programas e projetos, o que possibilita a aproximação da Empresa com seus públicos de interesse e a formação de iniciativas com impacto positivo em relação ao desenvolvimento sustentável. (GRI 505)

## Segurança para o Futuro

Entre os produtos e serviços da MAPFRE, o portfólio de previdência teve destaque em 2008. Isso se deve à real preocupação do Grupo MAPFRE com a segurança, qualidade de vida e bem-estar de seus segurados, o que se espelha também no desenvolvimento de iniciativas socio-culturais, entre elas o Cine Maior Idade.

Para a realização da segunda etapa do programa em 2008, a MAPFRE mobilizou especialistas do Núcleo de Estudos e Pesquisa do Envelhecimento



"É a primeira vez que entro em um cinema. Adorei. Gostei do pessoal, fiquei entusiasmada."  
Marilene Laranjeira

da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e a Prefeitura de São Paulo, por meio da Secretaria de Assistência e Desenvolvimento Social, buscando, desse modo, integrar as expertises e demandas dessas instituições às necessidades do programa. (GRI 4.17)

O programa já beneficiou mais de 1.500 idosos de 60 instituições e tem o apoio da MAPFRE Nossa Caixa. O Cine Maior Idade proporciona aos idosos a oportunidade de socialização e a chance de discutir novas formas de ver o mundo.

## Desenvolvimento no Presente

### Cine Educação

A MAPFRE renovou as parcerias com as secretarias municipais de São Paulo, Guarulhos (Grande São Paulo) e Bragança Paulista (interior do Estado) para dar continuidade ao Programa Cine Educação. O programa dissemina desde 2005 conteúdos sobre linguagem cinematográfica, contribuindo para a melhoria da educação e para difundir o cinema como veículo de manifestações artísticas, envolvendo para isso alunos, professores da rede pública e famílias. Até 2008, o Cine Educação realizou 465 sessões de cinema, capacitou 791 professores e atingiu 383 escolas e mais de 36.500 crianças e adolescentes nas cidades citadas e Diadema (Grande São Paulo).





Passeio ao Horto Florestal

### Fundo MAPFRE de Ação Social

O Fundo MAPFRE de Ação Social tem como objetivo contribuir com a busca de uma sociedade mais justa e igualitária e promover impactos positivos na sociedade, por meio de investimentos programados e monitorados em entidades não-governamentais que reconhecidamente realizem trabalhos de inserção social com crianças e adolescentes.

As entidades parceiras são selecionadas com base nos 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 atuação com profissionais capacitados

Pelo terceiro ano consecutivo, foram renovadas as parcerias com as ONGs Ação Comunitária, Casa Hope, Gotas de Flor com Amor e GRAAC. Em 2008, entrou para o quadro de parceiros a AACD (Associação de Assistência à Criança Deficiente). A seguir são apresentados os projetos:

**PREPARAÇÃO PARA O TRABALHO (ONG AÇÃO COMUNITÁRIA):** com o objetivo de desenvolver conhecimentos, habilidades, atitudes e ações que contribuam para a empregabilidade e a inclusão social de jovens de 15 a 18 anos em situação de vulnerabilidade social, este projeto promoveu a contratação de 47 jovens, preenchendo 40% das vagas disponíveis em 2008.

**EXAMES DE DIAGNÓSTICO:** consiste na realização gratuita de 348 exames de diagnóstico, no período de 12 meses, em crianças e adolescentes com deficiência física, com idade entre 0 e 18 anos, no tratamento de reabilitação realizado na AACD na Unidade Ibirapuera, em São Paulo.

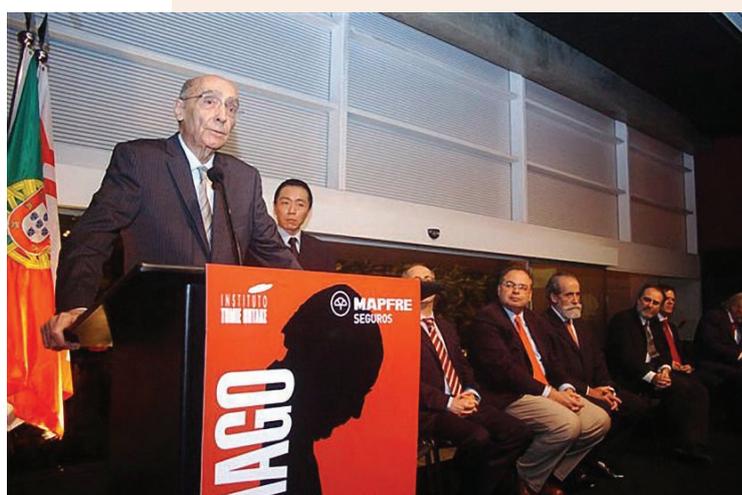
**POTENCIALIZAÇÃO DO SETOR DE INTERNAÇÃO DA GRAAC:** a MAPFRE reforçou seu apoio à ampliação e modernização da área de internação do Instituto de Oncologia do GRAAC.



Educandos demonstram para a turma o jogo de tabuleiro que produziram a partir do tema Educação

**VIVER E APRENDER DA CASA HOPE:** o projeto visa a proporcionar escolarização regulamentar e inclusão escolar para as crianças e adolescentes impossibilitados temporariamente de frequentar as salas de aula comuns em função de doenças graves e afastamento de sua cidade de origem. Foram ministradas 353 aulas com atividades pedagógicas e culturais a 304 alunos.

**PROGRAMA OFICINAS RECREATIVAS E CULTURAIS DA ONG GOTAS DE FLOR COM AMOR:** o projeto ofereceu a 80 crianças e adolescentes em situação de risco oficinas de arte, dança, informática e atividades cognitivas, além de ter realizado 12 encontros com pais para promover a união familiar, essencial ao desenvolvimento integral do ser humano.



## Cultura

Em 2008, a MAPFRE trouxe ao Brasil a exposição que comemorou o 10º aniversário do recebimento do prêmio Nobel de Literatura pelo escritor José Saramago. Mais de 1.200 documentos e objetos originais do ícone da literatura portuguesa foram expostos no Instituto Tomie Ohtake, em São Paulo. Cerca de 57.600 pessoas visitaram o local, das quais 7.340, entre crianças e professores, participaram das oficinas educacionais que acompanharam a exposição.

## COMUNIDADE

Em 2008, a MAPFRE firmou parceria com as ONGs Ação Comunitária e Obra do Berço para dar continuidade ao Programa de Inserção Profissional, que oferece capacitação a jovens em início de carreira e adultos que desejam retornar ao mercado de trabalho, concentrando-se principalmente na qualidade do profissional que vai disputar uma vaga. (GRI F51)

A capacitação é feita por meio de um módulo principal, o Módulo de Mercado, ministrado por colaboradores da Empresa e profissionais experientes do mercado, e módulos específicos, como o de inclusão digital, oferecidos de acordo com necessidades do público-alvo.

Os módulos proporcionam ao candidato conhecimentos e competências próprios do setor de atendimento e *call center*, além de conhecimentos úteis para o mercado profissional de atendimento e em geral.

Em 2008, o programa trouxe uma novidade: o Portal da Empregabilidade. Além da preocupação com a qualidade da formação profissional, o programa publica os currículos dos jovens e adultos no Portal da Empregabilidade, para que a MAPFRE e outras empresas possam selecionar candidatos para seus processos seletivos.

A MAPFRE investe na infra-estrutura das comunidades em que está inserida por meio do AutoMais Serviços, que constrói nas cidades postos de verificação de itens de segurança dos veículos. Segurados e não-segurados podem fazer uso do serviço. (GRI EC8)



A promoção do desenvolvimento da comunidade local onde a Empresa está inserida é essencial para a sustentabilidade econômica e ambiental regionais. Essa preocupação foi formalizada em 2001 pela criação do GRI (*Global Reporting Initiative*),

uma reunião de diretrizes para o desenvolvimento sustentável que responsabiliza as empresas pela contratação local de fornecedores ou colaboradores, seja pela realização de projetos direcionados a essa comunidade. Nesse contexto, a MAPFRE capacita jovens e adultos de sua comunidade e promove sua inserção no mercado de trabalho.



Gerais de 100% das Renovações de Automóvel gerou a economia de 30,58 toneladas de papel de um total de R\$ 323.700, valor destinado a ações de educação ambiental. (GRI F58, EN26)

A MAPFRE também estimula seus segurados a participar dessa iniciativa, conscientizando-os sobre a importância do uso racional de recursos. Os resultados têm demonstrado adesão satisfatória. No entanto, a Empresa deixa facultativa ao segurado a solicitação do documento impresso, caso ele prefira. (GRI F53)

Entre as ações da Empresa, merece destaque o Programa Villa Ambiental, realizado na cidade de São Paulo em parceria com o Governo do Estado de São Paulo por meio da Secretaria Estadual do Meio Ambiente. O projeto no parque Villa-Lobos é um centro inovador e de referência em educação ambiental, no qual os alunos da rede pública e privada aprenderão conceitos ambientais básicos com atividades interativas. (GRI EC8)

#### MATERIAIS UTILIZADOS PELA EMPRESA (GRI EN1)

ITENS	UNIDADES
Papel	57.639.245
Veículos	11
Peças de mobiliário	1.246
Brindes	406.614
Itens de informática	2.702

Preocupada em influenciar seus colaboradores e em mitigar gastos excessivos de materiais, a área de compras da MAPFRE realiza uma rígida análise das solicitações de materiais feitas por outras áreas da Empresa. Se observado que

**Para contribuir com ações efetivas de redução de danos ao meio ambiente e de ampliação da consciência ambiental, a MAPFRE promove iniciativas que têm como objetivo gerar ecoeficiências em seus processos e disseminar a educação ambiental na sociedade.**

“O ECO MAPFRE é um projeto inovador que atingirá toda a companhia e atuará como uma ferramenta no processo de mudança de hábitos e conceitos, pensando numa vida mais equilibrada, saudável e em sintonia com a natureza e a sociedade”

Antonio Cássio dos Santos,  
presidente da MAPFRE



**Compromisso com o meio ambiente**

a quantidade solicitada é superior ao fim de sua utilização, o material é liberado em quantidade menor, evitando desperdícios. (GRI EN26)

Em 2008, cerca de 60% do material de folheteria utilizado pela Empresa foi proveniente de reciclagem. Trata-se de um importante avanço em sua atitude ambientalmente sustentável, mas a MAPFRE deseja ainda mais. Em 2009, buscará a utilização de papel certificado com o selo FSC (Forest Stewardship Council, ou Conselho de Manejo Florestal), que garante que a madeira utilizada na fabricação do papel é oriunda de um processo produtivo ecologicamente adequado, socialmente justo e economicamente viável e com o cumprimento de todas as leis vigentes. (GRI EN2)

Como instrumento de comunicação do programa ECO MAPFRE, foi criada a Rede Ecoblogs ([www.ecoblogs.com.br](http://www.ecoblogs.com.br)), sítio na internet que reúne informações, dicas e experiências sobre meio ambiente e sustentabilidade. (Veja mais no capítulo “Imprensa”)

## IMPrensa

A MAPFRE procura divulgar notícias e informações de maneira transparente e criteriosa para a sociedade, com o objetivo de difundir a cultura da prevenção, da qualidade de vida e da responsabilidade social. (GRI 1.2)

Em 2008, entrou no ar a Rede Ecoblog, o canal de comunicação entre a MAPFRE e a sociedade sobre o Programa ECO MAPFRE. No endereço [www.ecoblogs.com.br](http://www.ecoblogs.com.br) os blogueiros

participantes da rede publicam artigos, textos, dicas, relatos, inspirações e experiências sobre meio ambiente e sustentabilidade. A rede funciona também como uma biblioteca online.

A rede dissemina novos conhecimentos para um mundo mais sustentável e incentiva a adoção de uma rotina ambientalmente mais correta. Os posts são elaborados por blogueiros atuantes e experientes no assunto.



O avanço tecnológico na área de comunicação, principalmente no âmbito da internet, favoreceu a rápida disseminação das informações e movimentos acerca do desenvolvimento sustentável. Conferências, documentos de compromisso e práticas de empresas, governos, academia e sociedade civil alcançaram inúmeros países e contribuíram para mudanças no comportamento individual e coletivo.

Além de realizar um grande esforço de comunicação de suas práticas e envolvimento de seus públicos de interesse, a MAPFRE embarcou na onda da internet para criar um canal de comunicação direto e rápido com a sociedade sobre questões ambientais – o ecoblog.

## Desafios e Perspectivas 2009

### **GESTÃO INTEGRADA DE RECURSOS E AMPLIAÇÃO DE ECOEFICIÊNCIAS**

A MAPFRE realizará em 2009 a gestão integrada de recursos, iniciando pela implementação de um sistema de coleta seletiva que alcançará 100% das instalações. Além disso, o Grupo ampliará a substituição da emissão em papel por emissão eletrônica de apólices, já em prática nos produtos de automóveis, para as renovações de todos os produtos da MAPFRE: Vida e Previdência, Ramos Elementares e Garantias e Crédito.

### **INTEGRAÇÃO DE COLABORADORES E PARCEIROS DE NEGÓCIOS**

É desafio para este ano ampliar o envolvimento dos colaboradores nas práticas de Responsabilidade Social Corporativa, não só como participantes dos programas e projetos mas de forma que se apropriem de sua estruturação e desenvolvimento. Em 2009, a MAPFRE irá acompanhar as iniciativas em Responsabilidade Social Corporativa de seus parceiros de negócios e buscar a complementaridade com suas práticas, gerando maior escala e alcance das ações.

### **APROXIMAÇÃO COM SEGURADOS E SOCIEDADE**

A MAPFRE buscará em 2009 ampliar os canais de comunicação com seus públicos de interesse. Para isso implementará processos e tecnologias para ampliar o diálogo, o que permitirá identificar as demandas específicas por iniciativas responsáveis e consistentes com seus objetivos corporativos, reforçando padrões de ética e transparência dos processos de negócio.





8. | FUNDAÇÃO MAPFRE

## FUNDAÇÃO MAPFRE

**E**m 1975, quando a ideia de responsabilidade social corporativa era muito menos clara e disseminada que hoje, a Fundação MAPFRE começou a coordenar na Espanha iniciativas para fomentar a cidadania, a educação

e o desenvolvimento econômico sustentável. E, ao se estabelecer no Brasil, trouxe um modelo de ação consolidado, que vem sendo melhorado pela prática e esforço cotidiano com a finalidade de concretizar os seus objetivos.

**Em 2005 aconteceu a reestruturação da Fundação MAPFRE no Brasil. A partir desta data, ela vem consolidando iniciativas que contemplam prevenção de acidentes, disseminação de conhecimento**

**sobre o setor de seguros, estímulo à arte e cultura, educação ambiental, espaços de discussão sobre risco, saúde e meio ambiente e projetos sociais.**

Este modelo de ação é posto em prática por meio dos cinco focos de atuação da Fundação MAPFRE: Prevenção de Acidentes; Arte e Cultura; Formação e Difusão da Cultura de Seguros; Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente; e Ação Social. Quatro princípios orientam suas ações:

#### **FORMAÇÃO DE PARCERIAS RELEVANTES**

Expansão do quadro de parceiros

#### **VISÃO DE LONGO PRAZO**

Consolidação de esforços a fim de posicionar a Fundação MAPFRE no Brasil como referência em prevenção de acidentes

#### **ALINHAMENTO COM OS FOCOS DE ATUAÇÃO**

Estabelecimento de estratégia de longo prazo por foco de atuação, de forma a potencializar o alcance das ações (GRI EC8)

#### **MENSURAÇÃO DE RESULTADOS E IMPACTOS SOCIAIS**

Obtenção de maior entendimento das demandas sociais inerentes a cada público impactado pela Fundação MAPFRE

## **Prevenção de Acidentes**

Em 2008, a implantação da norma legal que praticamente proíbe beber antes de dirigir e o considerável reforço na fiscalização puseram a segurança viária no centro das discussões entre governo e sociedade.

O debate reforçou a importância das ações da Fundação MAPFRE na formação de parcerias e estruturação de programas para mudar a atitude das pessoas em relação ao trânsito. Porque se trata exatamente disso: mudar formas de agir de quem já está no trânsito, como motorista ou pedestre, e semear novos valores nas crianças e jovens – o presente e o futuro do trânsito. (GRI F51)

## **DESTAQUES**

Em 2008, a Fundação MAPFRE criou novas iniciativas e expandiu o alcance de suas atividades. Merece destaque a sua atuação no foco Prevenção de Acidentes, com o desenvolvimento de ações para mudar os hábitos de motoristas e pedestres e disseminar entre crianças e adolescentes um novo olhar sobre a cidadania no trânsito.

Já no foco Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente, os principais destaques foram o Seminário Internacional sobre Prevenção, Preparação e Resposta a Emergências em Hospitais, que reuniu entidades como o Ministério da Saúde, Associação Nacional de Hospitais Privados e a Organização Pan-Americana da Saúde. Outro destaque foi o Programa de Educação Ambiental nas Escolas, que conscientizou 3 mil crianças de escolas públicas e privadas de São Paulo a respeito de questões ambientais relacionadas à água.

No foco de Arte e Cultura, a MAPFRE trouxe para o Brasil a exposição “Desenhos Espanhóis do Século XX - Coleção Fundación MAPFRE”, que reuniu mais de 80 desenhos de alguns dos maiores artistas do século XX e cerca de 80 mil visitantes.



## NA PISTA CERTA

O Programa Na Pista Certa apresenta conteúdos sobre segurança viária e valores como o respeito ao próximo e ao meio ambiente para crianças de 6 a 10 anos. Em 2008, 10.662 crianças participaram do Na Pista Certa, sendo 6.040 da rede pública estadual e municipal de São Paulo. Entre as operações realizadas, merecem destaque a do Parque do Ibirapuera, na Semana da Criança, e as operações realizadas nos CEUs (Centros Educacionais Unificados) da Prefeitura de São Paulo.

No primeiro semestre de 2008, o quadro de parceiros do programa foi expandido com a inclusão de duas secretarias municipais da cidade

de São Paulo, a de Educação e a de Esportes, Lazer e Turismo, potencializando seus resultados e permitindo a realização de operação nos Centros Educacionais Unificados (CEU), complexos educacionais, esportivos e culturais voltados à inserção social de populações de baixa renda.

O programa conta também com o apoio de diversos órgãos e entidades das áreas educacional e de trânsito, como a Secretaria Municipal do Verde e do Meio Ambiente de São Paulo, Empresa de Urbanização de São Paulo (Emurb), Companhia de Engenharia de Tráfego de São Paulo (CET), Centro de Experimentação e Segurança Viária (CESVI Brasil) e Volkswagen Caminhões e Ônibus.

### RESULTADOS ACUMULADOS DO PROGRAMA NA PISTA CERTA

	ACUMULADO ATÉ 2008
Operações	23
Atividades	1.236
Escolas envolvidas	58
Público total	16.190
Público escolar	7.889
Público espontâneo	8.301

## EDUCAÇÃO VIÁRIA É VITAL

O Programa Educação Viária é Vital coloca em prática os conceitos de cidadania e trânsito. Ele mobiliza alunos e professores da rede pública em uma ampla pesquisa sobre as condições da circulação viária no entorno da escola, incentivando a formulação de propostas para melhorar os problemas locais de tráfego. Mais de 3 milhões de alunos já participaram do programa desde a sua criação em 2004.

Ao longo do ano de 2008, o programa manteve parceria com a Secretaria Municipal de Educação de São Luís (MA). Em adição aos atuais parceiros, o programa tem buscado expandir sua atuação para novas regiões do Brasil.



## Campanhas Fundação MAPFRE de Prevenção de Acidentes

Enquanto os programas com crianças e jovens olham para a próxima geração, as campanhas MAPFRE de Prevenção a Acidentes fomentam mudanças de atitude nos motoristas que já estão nas ruas, incentivando o respeito ao próximo no trânsito e a segurança de motociclistas, pedestres e condutores.

Os números do trânsito no Brasil exigem uma reação urgente da sociedade. Em 2008, a Fundação MAPFRE consolidou seu compromisso de investir na formação dos jovens cidadãos e na disseminação da cultura de prevenção de acidentes, em favor de uma conscientização que exista de fato, presente nas atitudes de cada indivíduo.

### Campanha MAPFRE de Prevenção a Acidentes - Segurança Viária para Motociclistas, Pedestres e Condutores

De 22 a 28 de setembro, na Semana Nacional do Trânsito, a Fundação MAPFRE lançou na capital paulista a campanha de Conscientização em Segurança Viária. Ela centrou-se no público formado pelos motociclistas que, em seu cotidiano, se arriscam num jogo desigual com os demais atores do trânsito.

As principais ações ocorreram em cartórios da capital paulista e empresas de motofrete, onde os participantes puderam assistir ao vídeo “Condução Segura para Motociclistas” e participar de um concurso cultural. A campanha envolveu cerca de 22 mil motociclistas e foi encerrada com uma grande ação no estádio do Morumbi.

### Campanha de Disseminação de Atitudes Seguras no Trânsito

A campanha incentivou a reflexão sobre segurança viária por meio da distribuição do documentário “En un segundo cambia tu vida”, de Tomas Martinez Antolín. Esta ação ocorreu em parceria com o Instituto Cervantes e com a Secretaria Municipal de Educação de Guarulhos. Ao final de suas exibições, 1.200 alunos e professores discutiram o impacto de um acidente rodoviário.

### Check-up Móvel de Veículos

Para fomentar a segurança no trânsito e reduzir o impacto ambiental da frota em circulação, a Fundação MAPFRE oferece, desde 2002, a inspeção gratuita de mais de 40 itens de segurança e risco ambiental de veículos nas principais cidades brasileiras. Em 2008, 2.200 veículos foram inspecionados em 27 localidades.

## Arte e Cultura

O brasileiro gosta do moderno e da novidade, mas cultiva os hábitos regionais e a tradição. Para expandir as oportunidades culturais, a Fundação MAPFRE desenvolve iniciativas que contribuem com a formação de cidadãos e com a democratização do acesso à cultura.

### EXPOSIÇÃO "DESENHOS ESPANHÓIS DO SÉCULO XX - COLEÇÃO FUNDACIÓN MAPFRE"

A Fundação MAPFRE trouxe de Madri para o Museu de Arte de São Paulo (MASP) a exposição "Desenhos Espanhóis do Século XX - Coleção Fundación MAPFRE", que reuniu mais de 80 desenhos de alguns dos maiores artistas do século XX, como Picasso, Miró, Juan Gris, Dalí, Picabia, além de vários artistas de destaque no cenário espanhol como Óscar Dominguez, Viñes, De la Serna, Manuel Ángeles Ortiz e Bores.

Cerca de 80 mil pessoas visitaram a exposição, que teve curadoria de Pedro Benito, da Fundación MAPFRE, e foi uma das principais atrações da temporada internacional do museu em 2008.



### AUXÍLIO BIENAL IBERO-AMERICANO GARCÍA-VIÑOLAS

A Fundação MAPFRE disponibiliza recursos para proteger os acervos de instituições públicas e privadas da Espanha, Portugal e América Latina. Em 2008, o museu paulistano Lasar Segall foi uma das duas instituições premiadas na terceira edição do Auxílio Bienal Ibero-americano García-Viñolas. A iniciativa de documentação fotográfica e recuperação de desenhos de Lasar Segall (1891-1957) recebeu 30 mil euros para restauração, documentação e catalogação da coleção de cerca de 3 mil obras do artista lituano radicado no Brasil em 1923.

## Formação e Difusão da Cultura de Seguros

A Fundação MAPFRE oferece oportunidades de bolsas e prêmios para a criação de conhecimento nas áreas de Seguros; Saúde e Qualidade de Vida; Meio Ambiente; de Gerenciamento de Riscos; e de Prevenção de Acidentes. Todos os anos, estudantes, acadêmicos e grupos de pesquisadores são beneficiados pelas oportunidades de formação acadêmica oferecidas no Brasil e na Espanha. (GRI FS16)

### BOLSAS DE AUXÍLIO À PESQUISA MAPFRE – USP

A Fundação MAPFRE também apoia a pesquisa e o talento dos jovens pesquisadores. Ela concede bolsas a alunos graduados e pós-graduados pela USP nas áreas de 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. Para ampliar o horizonte de pesquisa, três novos temas foram inseridos em 2008: Segurança Alimentar e Nutricional do Trabalhador; Aproveitamento de Resíduos Agrícolas; Práticas Agrícolas, Meio Ambiente e Valor Nutricional dos Produtos.

### BOLSAS DE AUXÍLIO À PESQUISA 2008

A Bolsa MAPFRE de Auxílio à Pesquisa, oferecida anualmente, incentiva a formação continuada de profissionais do setor de seguros e de outros setores, desde que possuam diploma universitário e queiram desenvolver projetos em diversos temas. Em 2008, a Fundação MAPFRE ofereceu três bolsas, nas áreas de Meio Ambiente, Gerenciamento de Riscos e Segurança no Trabalho e de Higiene Ocupacional.

### BOLSAS E PRÊMIOS DA ESPANHA

Todos os anos, a Fundação MAPFRE do Brasil divulga bolsas e prêmios oferecidos internacionalmente pela Fundação MAPFRE na Espanha nas áreas de Saúde e Qualidade de Vida, Meio Ambiente e de Seguro e Gerenciamento de Risco.



#### GANHADORES DAS BOLSAS DE AUXÍLIO À PESQUISA MAPFRE-USP

##### 1º LUGAR:

**Daniel Garkauskas Ramos e Gabriel Zorello Laporta**

Tema: "Potencial epidemiológico de mosquitos vetores (díptera: culicidae) no Vale do Ribeira".

##### 2º LUGAR:

**Leticia de Abreu Faria**

Tema: "Aplicação de fontes de enxofre para correção de solos com excesso de selênio".

#### GANHADORES DAS BOLSAS DE AUXÍLIO À PESQUISA 2008

##### SEGURANÇA NO TRABALHO E HIGIENE OCUPACIONAL

**Fernando Henrique Bassan Peixoto**

"Análise críticas dos critérios técnicos e legais para o enquadramento dos adicionais de periculosidade e insalubridade".

##### GERENCIAMENTO DE RISCOS

**Lorete Mattos**

"O gerenciamento de riscos ao patrimônio cultural como ferramenta na contratação de seguros".

##### MEIO AMBIENTE

**Luiz Carlos Martinelli Júnior**

"Estudo de viabilidade de produção de pellets de bagaço de cana-de-açúcar para uso em sistema residencial em substituição à lenha de desmatamento".

## Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente

A Fundação MAPFRE se preocupa com as gerações futuras e, por isso, incentiva o desenvolvimento econômico responsável e seguro por meio da formação de cidadãos conscientes em relação

à gestão de risco, saúde e meio ambiente. Esta preocupação orienta os seminários, encontros técnicos, cursos, campanhas educativas e programas ambientais que organiza anualmente.



### EDUCAÇÃO AMBIENTAL NAS ESCOLAS

Em 2008, a Fundação MAPFRE criou o Programa Educação Ambiental nas Escolas, trazendo para o seu rol de parceiros a Fundação Zoológico de São Paulo, assim como escolas de ensino fundamental do município de São Paulo. O programa incentiva professores e alunos a identificar problemas na escola e em sua comunidade e a buscar soluções. O primeiro tema abordado foi a água, visando um trabalho de problemáticas em concordância com a realidade do entorno da escola e dos estudantes.

Em seu primeiro ano, a parceria com a Fundação Zoológico e escolas públicas e privadas capacitou professores e distribuiu cerca de 3.000 cartilhas a crianças, incentivando a aplicação da teoria no cotidiano.

### SEMINÁRIO E ENCONTRO TÉCNICO EM GESTÃO DE RISCO E MEIO AMBIENTE

“Poluição da Água e Gerenciamento de Recursos Hídricos” foi o tema do IV Seminário e do II Encontro Técnico da Fundação MAPFRE, que aconteceram de forma conjunta e foram realizados em parceria com a Secretaria do Meio Ambiente de São Paulo e USP Leste.

O seminário e o encontro analisaram, entre outros temas, a legislação ambiental e a invasão da região de mananciais de São Paulo, o gerenciamento dos recursos hídricos e as políticas

para o setor, poluição das águas e a gestão dos riscos causados pela contaminação dos lençóis freáticos, governança metropolitana dos recursos hídricos e seu uso sustentável.

O encontro levou à frente as discussões do IV Seminário da Fundação MAPFRE e resultou em um documento que consolidou as principais proposições do seminário para uma melhor gestão dos recursos hídricos.

## SEMINÁRIO INTERNACIONAL PREVENÇÃO, PREPARAÇÃO E RESPOSTA A EMERGÊNCIAS EM HOSPITAIS



A Fundação MAPFRE organizou, em julho, o Seminário Internacional Prevenção, Preparação e Resposta a Emergências em Hospitais, que reuniu técnicos do Ministério da Saúde, Secretaria Nacional de Defesa Civil, Corpo de Bombeiros e Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo, ITSEMAP, Organização Pan-Americana da Saúde, Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Emergência e Associação Nacional de Hospitais Privados.

Com mais de 180 profissionais e estudantes da área de saúde, o seminário permitiu a troca de experiência em gerenciamento de situações de emergência e prevenção de acidentes de grande porte em estabelecimentos hospitalares.

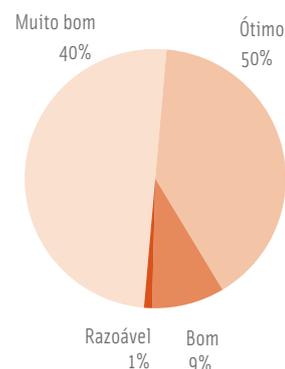
“Que iniciativas como estas voltem a ser adotadas pela importância do tema e pela ausência quase total de discussão na área”

“Parabéns pela iniciativa ousada para ampliação da visão de hospitais que têm uma estruturação sem muitos momentos para reflexão como este! Excelente!”

“Seminário rico em experiência internacional”

“Gostei muito. Foi bem abrangente, demonstrou a necessidade de integração entre os profissionais/setores, e que muitos pontos ainda têm que ser aprimorados, além de provar a importância de que funciona na prática”

### AValiação DOS PARTICIPANTES DO SEMINÁRIO



## Ação Social

As drásticas disparidades sociais brasileiras dificultam o acesso de grande parte da população a uma educação adequada e a outras atividades essenciais à formação de cidadãos plenos, num cenário que se completa com altos índices de violência, desemprego e trabalho informal. Acreditando que uma sociedade justa e segura só pode ser alcançada com a inserção de grupos e indivíduos desassistidos, a Fundação MAPFRE apoia programas voltados ao desenvolvimento e inclusão social dentro de sua linha de atuação denominada Ação Social.

### AJUDA HUMANITÁRIA

As fortes chuvas que atingiram Santa Catarina em 2008 afetaram mais de 1,5 milhão de pessoas e levaram o governo local a decretar estado de calamidade pública e de emergência em mais de 50 municípios.

Diante da catástrofe humanitária que atingiu o Estado, a Fundação MAPFRE coordenou a destinação de cem mil euros para a construção de casas e infra-estrutura básica para famílias da região de Blumenau, no vale do rio Itajaí, a mais afetada pelas águas. (GRI EC8)

## Principais parceiros da Fundação MAPFRE e MAPFRE Responsabilidade Social Corporativa

### GOVERNOS

#### Prefeitura de São Paulo

- › Secretaria Municipal de Educação
- › Secretaria Municipal do Verde e do Meio Ambiente
- › Companhia de Engenharia de Tráfego (CET-SP)
- › Empresa Municipal de Urbanização (Emurb-SP)

#### Governo do Estado de São Paulo

- › Secretaria de Estado da Educação
- › Secretaria do Meio Ambiente

#### Prefeitura de São Luís (MA)

- › Secretaria Municipal de Educação

#### Governo do Estado do Maranhão

- › Secretaria de Estado da Educação

### EMPRESAS E ENTIDADES EMPRESARIAIS

- › Consórcio de Alumínio do Maranhão (Alumar/Alcoa)
- › Volkswagen Caminhões e Ônibus

### UNIVERSIDADES E TERCEIRO SETOR

- › Associação Brasileira de Gerência de Riscos (ABGR)
- › Escola Nacional de Seguros (Funenseg)
- › Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp)
- › Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (Fenaprevi)
- › Centro de Experimentação e Segurança Viária (CESVI)
- › Instituto Cervantes
- › ITSEMAP do Brasil – Serviços Tecnológicos MAPFRE
- › Sociedade Brasileira de Medicina de Família (Sobramfa)
- › Universidade de São Paulo (USP)

### CULTURA

- › Museu de Arte de São Paulo (MASP)
- › Museu Lasar Segall





## 9. | INDICADORES SOCIAIS

# INDICADORES SOCIAIS

## Indicadores Ethos Qualitativos

TEMA	QUESTÃO	RESPOSTA
	<b>A EMPRESA:</b>	
Participação em projetos sociais governamentais	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

TEMA	QUESTÃO	RESPOSTA
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
	<b>O CÓDIGO DE CONDUTA E/OU A DECLARAÇÃO DE VALORES DA ORGANIZAÇÃO</b>	
	Proíbem expressamente a utilização de práticas ilegais (como suborno, corrupção, extorsão, propina e caixa dois) para obtenção de vantagens comerciais	Sim
	<b>O CÓDIGO DE CONDUTA E/OU DECLARAÇÃO DE VALORES DA ORGANIZAÇÃO COBREM ASSUNTOS COMO:</b>	
	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
	<b>A EMPRESA:</b>	
	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

TEMA	QUESTÃO	RESPOSTA
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)	Sim
	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
	<b>A EMPRESA OFERECE PARA OS EMPREGADOS (MULHERES E HOMENS) DE TODOS OS NÍVEIS HIERÁRQUICOS OS SEGUINTE BENEFÍCIOS:</b>	
	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	Não
	Auxílio para educação dos filhos	Sim
	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	Sim
	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	Não
	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

TEMA	QUESTÃO	RESPOSTA
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	Não
	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

TEMA	QUESTÃO	RESPOSTA
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	Não
	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
Critérios 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

## Indicadores Ethos Quantitativos

TEMA	ITEM	2008	2007	2006	2005
Conteúdo do relatório	Anos em que o Balanço Social MAPFRE foi publicado	X	X	X	x
	Nº de empregados(as) ao final do período	2.596	2.286	2.132	1.648
	Nº de admissões durante o período	760	514	623	405
	Nº de empregados(as) terceirizados(as)	435	326	156	198
	Nº de estagiários(as)	42	48	43	37
	Nº de empregados(as) acima de 45 anos	266	229	194	174
	Nº de mulheres que trabalham na empresa	1.201	1.001	911	720
	Percentual de cargos de chefia ocupados por mulheres	32%	17%	16%	27%
	Nº de negros(as) que trabalham na empresa	233	172	140	30
	Percentual de cargos de chefia ocupados por negros(as)	5%	5,70%	10,70%	1,99%
Indicadores do corpo funcional	Nº de pessoas com deficiência ou necessidades especiais	68	12	2	1
	Valor Adicionado total a Distribuir (em R\$ mil)	692.446	557.470	432.683	311.562
	Distribuição do Valor Adicionado (DVA) % governo	14%	16%	15,69%	
	Distribuição do Valor Adicionado (DVA) % colaboradores	9%	10%	9,46%	
	Distribuição do Valor Adicionado (DVA) % acionistas	6%	0%	0%	
	Distribuição do Valor Adicionado (DVA) % terceiros	66%	64%	68,51%	
	Distribuição do Valor Adicionado (DVA) % retido	5%	10%	6,34%	
	Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	104,37	76,74	81	80
	Número total de acidentes de trabalho	6	9	13	11
	Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	Total de menores aprendizes na empresa	70	80	84
Total de jovens contratados após o término do período de aprendizagem		11	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	0
Compromisso com o futuro das crianças	Percentual de pessoas com deficiência na empresa	2,62	0,53%	0,09%	0,06%
	Percentual de pessoas com deficiência em cargos de coordenação e chefia	0,18	0,09%	0,05%	0,06%
	Percentual de pessoas com idade superior a 45 anos	10,25%	10,20%	9%	11%
Valorização da diversidade					

TEMA	ITEM	2008	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	8,98%	7,62%	7%	2%
	Percentual de mulheres negras em relação ao total de mulheres na empresa	8,58%	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	4,55%	1,90%	4%	1%
	Percentual de homens negros em relação ao total de homens na empresa	9,32%	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	5,14%	3,80%	7%	1%
	Salário médio mensal de mulheres brancas (em R\$)	2.214,75	2.154,83	2.063,07	1.946,39
	Salário médio mensal de mulheres negras (em R\$)	1.420,07	1.418,57	1.170,26	1.056,00
	Salário médio mensal de homens brancos (em R\$)	3.424,39	3.268,60	3.163,29	3.248,73
	Salário médio mensal de homens negros (em R\$)	1.894,89	1.876,44	1.154,00	1.522,40
	Salário médio mensal de mulheres brancas em cargos de coordenação e chefia (em R\$)	5.356,15	4.517,97	4.658,67	4.521,84
	Salário médio mensal de mulheres negras em cargos de coordenação e chefia (em R\$)	2.800,38	2.353,00	1.453,00	1.298,00
	Salário médio mensal de homens brancos em cargos de coordenação e chefia (em R\$)	7.459,63	4.723,44	6.154,41	6.076,79
	Salário médio mensal de homens negros em cargos de coordenação e chefia (em R\$)	4.701,89	3.994,84	2.464,00	2.593,67
	Compromisso com a promoção da equidade de gênero	Percentual de mulheres em relação ao total de empregados	46,26%	44%	43%
Percentual de mulheres em cargos de coordenação e chefia em relação ao total de cargos executivos disponíveis nesse nível hierárquico		30,11%	38%	53%	27%
Salário médio mensal de mulheres em cargos executivos (em R\$)		15.993,25	15.466,60	24.185,00	0
Salário médio mensal de homens em cargos executivos (em R\$)		18.802,27	14.824,38	21.572,67	19.302,75
Salário médio mensal de mulheres em cargos de coordenação e chefia (em R\$)		5.239,98	4.014,82	4.472,07	4.447,53
Salário médio mensal de homens em cargos de coordenação e chefia (em R\$)		7.311,92	4.689,62	6.000,61	5.951,84
Relações com trabalhadores terceirizados	Total de trabalhadores (homens e mulheres) terceirizados	435	326	156	198
Política de remuneração, benefícios e carreira	Divisão do menor salário da empresa pelo salário mínimo vigente	1,41	1,46	1,53	1,69

TEMA	ITEM	2008	2007	2006	2005
Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho <sup>(1)</sup>	Média de horas extras por empregado/ano	55,02	65,56	31	36,55
	Média de acidentes de trabalho por empregado/ano	0,20%	0,39%	2%	0%
	Percentual de acidentes que resultaram em afastamento temporário de empregados e/ou prestadores de serviço	0,20%	3,98%	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))	0,20%	0,39%	0	0
	Percentual de acidentes que resultaram em morte de empregados e/ou de prestadores de serviço	0	0	0	0
	POP: Total de atendimentos (+dicas)	18.190	11.303	12.272	9.702
	POP: Total de serviços de nutricionistas	3.488	1.621	5.960	5.853
	POP: Total de serviços de psicólogos	4.527	4.001	3.222	1.524
	POP: Total de serviços de fisioterapeutas	1.316	1.073	1.159	852
	POP: Total de serviços de personal trainer	1.907	778	895	315
Índice de absenteísmo	3,34%	18,72%	12,40%	0	
Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade	Gastos em desenvolvimento profissional e educação	2.220.000	1.343.509	1.070.543	1.327.308
	Total de analfabetos na força de trabalho	0	0	0	0
	Percentual de mulheres analfabetas na força de trabalho	0	0	0	0
	Total de mulheres com ensino fundamental I (1ª a 4ª série) completo na força de trabalho	32	3	0	1
	Total de mulheres com ensino fundamental II (5ª a 8ª série) completo na força de trabalho	18	322	2	0
	Total de mulheres com ensino médio completo na força de trabalho	647	229	293	247
	Total de mulheres com ensino superior completo na força de trabalho	506	447	616	521
	Total de homens analfabetos na força de trabalho	0	0	0	0
	Total de homens com ensino fundamental I (1ª a 4ª série) completo na força de trabalho	30	12	4	14
	Total de homens com ensino fundamental II (5ª a 8ª série) completo na força de trabalho	32	432	12	0
Total de homens com ensino médio completo na força de trabalho	783	335	395	250	
Total de homens com ensino superior completo na força de trabalho	550	506	810	695	
Comportamento nas demissões <sup>(2)</sup>	Total de demissões no período	449	360	236	230
	Percentual de demitidos acima de 45 anos de idade em relação ao número total de demitidos	12,92%	9%	10%	13%
Preparação para a aposentadoria	Número de empregados que participaram do programa de preparação para a aposentadoria	2	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	0
Corrupção	Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização	95,64%	100%	100%	100%

(1) Gastos com vale transporte:  
2007 – R\$ 1.639.000,00  
2008 – R\$ 1.388.000,00

(2) Numero de processos trabalhistas movidos contra a entidade = 45  
Número de processos trabalhistas movidos julgados procedentes = 20  
Número de processos trabalhistas movidos julgados improcedentes = 14  
Valor total de indenizações e multas pagas por determinação da justiça = R\$ 159.922,00

TEMA	ITEM	2008	2007	2006	2005
Governança corporativa	Total de membros do Conselho de Administração (ou estrutura similar)	9	9	9	9
	Percentual do Conselho de Administração (ou estrutura similar) formado por conselheiros independentes, sem cargo executivo	80%	80%	80%	80%
	Percentual de mulheres no Conselho de Administração (ou estrutura similar)	13%	13%	13%	13%
	Percentual de negros (pretos e pardos) no Conselho de Administração (ou estrutura similar)	0	0	0	0
Minimização de entradas e saídas de materiais	Consumo anual de combustíveis fósseis: gasolina/diesel (em litros)	410.487,20 l	466.114,43 l	não mensurado	não mensurado
	Consumo anual de combustíveis fósseis: gás – GLP/GN (em m³)	34.728,67 m³	80.901,70 m³	não mensurado	não mensurado
	Total investido em programas e projetos de melhoria ambiental (em R\$)	550,00	0	0	0
	Percentual do faturamento bruto gasto em programas e projetos de melhoria ambiental	0,196%	0%	0%	0%
	Consumo anual de biocombustível: etanol (em litros)	306.040,43 l	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	0
	Total de fornecedores	250	250	130	100
	Total pago por bens, materiais e serviços adquiridos no período	17.807.190,25	25.417.998,57	24.800.000,00	15.890.015,00
Excelência no atendimento	Total de ligações atendidas pelo SAC	2.657.327	2.606.975	1.909.350	1.733.895
	Percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo SAC	0,38	0,56	0,87	1,23
	Percentual de reclamações não atendidas pelo SAC	0	0	0	0
	Quantidade de inovações implantadas em razão da interferência do ouvidor e/ou do serviço de atendimento a consumidores/clientes	7	7	10	8
Envolvimento com a ação social	Percentual de resultado operacional destinado à ação social (não incluir obrigações legais, nem tributos, nem benefícios empregatícios)	0,35%	0,2%	0,2%	0,2%
	Percentual do total destinado à ação social correspondente a doações em produtos e serviços	0%	0%	0%	0%
	Percentual do total destinado à ação social correspondente a doações em espécie	100%	100%	100%	100%
	Percentual do total destinado à ação social correspondente a investimentos em projeto social próprio	100%	100%	100%	100%
	Percentual do total destinado à ação social correspondente a publicidade	0%	0%	0%	0%

# Indicadores Ibase

## 1. BASE DE CÁLCULO

	2008 VALOR (MIL REAIS)	2007 VALOR (MIL REAIS)
Receita líquida (RL)	3.691.405	2.981.717
Resultado operacional (RO)	280.309	199.994
Folha de pagamento bruta (FPB)	189.049	154.008

## 2. INDICADORES SOCIAIS INTERNOS

	VALOR (MIL R\$)	% SOBRE FPB	% SOBRE RL	VALOR (MIL)	% SOBRE FPB	% SOBRE RL
Alimentação	18.124	9,59%	0,49%	15.026	9,76%	0,50%
Encargos sociais compulsórios	35.055	18,54%	0,95%	28.576	18,55%	0,96%
Previdência privada	443	0,23%	0,01%	347	0,23%	0,01%
Saúde	9.489	5,02%	0,26%	7.478	4,86%	0,25%
Segurança e saúde no trabalho	233	0,12%	0,01%	210	0,14%	0,01%
Educação	664	0,35%	0,02%	651	0,42%	0,02%
Cultura	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Capacitação e desenvolvimento profissional	2.220	1,17%	0,06%	1.344	0,87%	0,05%
Creches ou auxílio-creche	1.061	0,56%	0,03%	875	0,57%	0,03%
Participação nos lucros ou resultados	9.755	5,16%	0,26%	10,5	6,80%	0,35%
Outros	1.569	0,83%	0,04%	1.705	1,11%	0,06%
Total - Indicadores sociais internos	78.613	41,58%	2,13%	65.902	42,79%	2,21%

## 3. INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS

	VALOR (MIL R\$)	% SOBRE FPB	% SOBRE RL	VALOR (MIL)	% SOBRE FPB	% SOBRE RL
Educação	818	0,29%	0,02%	367	0,18%	0,01%
Cultura	949	0,34%	0,03%	1.720	0,86%	0,06%
Saúde e saneamento	123	0,04%	0,00%	5	0,00%	0,00%
Esporte	495	0,18%	0,01%	0	0,00%	0,00%
Combate à fome e segurança alimentar	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Segurança Viária	168	0,06%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Total das contribuições para a sociedade	2.554	0,91%	0,07%	2.092	1,05%	0,07%
Tributos (excluídos encargos sociais)	283.882	101,27%	7,69%	240.444	120,26%	8,06%
Total - Indicadores sociais externos	286.436	102,19%	7,76%	242.536	121,30%	8,13%

## 4. INDICADORES AMBIENTAIS

	VALOR (MIL R\$)	% SOBRE FPB	% SOBRE RL	VALOR (MIL)	% SOBRE FPB	% SOBRE RL
Investimentos relacionados com a produção/ operação da empresa	500,0	0,18%	0,01%	0	0,00%	0,00%
Investimentos em programas e/ ou projetos externos	50,0	0,02%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Total dos investimentos em meio ambiente	550,0	0,20%	0,01%	0	0,00%	0,00%

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

5. INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL	2008	2007
Nº de empregados(as) ao final do período	2.596	2.286
Nº de admissões durante o período	760	514
Nº de empregados(as) terceirizados(as)	435	326
Nº de estagiários(as)	42	48
Nº de empregados(as) acima de 45 anos	266	229
Nº de mulheres que trabalham na empresa	1.201	1.001
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	32,2%	17,0%
Nº de negros(as) que trabalham na empresa	233	172
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)	5,0%	5,7%
Nº de pessoas com deficiência ou necessidades especiais	68	12

6. INFORMAÇÕES RELEVANTES QUANTO AO EXERCÍCIO DA CIDADANIA EMPRESARIAL	2008	METAS 2009
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	104,37	-
Número total de acidentes de trabalho	6	-
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) + Cipa ( ) 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) incentivar 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 ( ) são sugeridos (X) 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) organizar e incentivar
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	na empresa 10.225 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 mil R\$):	Em 2008: 692.466	Em 2007: 557.470
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	14% governo 9% colaboradores(as) 6% acionistas 66% terceiros 5% retido	15,69% governo 10% colaboradores(as) 0% acionistas 64% terceiros 10% 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 Mendes 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 (GRI 3.12)

1	ESTRATÉGIA E ANÁLISE	Página
1.1	Declaração do presidente sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e sua estratégia.	27
1.2	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades.	32, 33, 60, 66, 78
2	PERFIL DA ORGANIZAÇÃO	
2.1	Nome da organização.	12, 13
2.2	Principais marcas, produtos e/ou serviços.	12, 14, 34, 35, 37, 38
2.3	Estrutura operacional da organização, incluindo principais divisões, unidades operacionais, subsidiárias e <i>joint ventures</i> .	12, 13, 14
2.4	Localização da sede da organização.	12
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.	12
2.6	Tipo e natureza jurídica da propriedade.	12
2.7	Mercados atendidos (incluindo discriminação geográfica, setores atendidos e tipos de clientes/beneficiários)	14
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.	13, 14
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.	13, 14
2.10	Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório.	20, 21, 22
3	PARÂMETROS PARA O RELATÓRIO	
3.1	Período coberto pelo relatório (como ano contábil/civil) para as informações apresentadas.	7
3.2	Data do relatório anterior mais recente (se houver).	7
3.3	Ciclo de emissão de relatórios (anual, bienal etc.)	7
3.4	Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório ou seu conteúdo.	7
3.5	Processo para a definição do conteúdo do relatório, incluindo: determinação da materialidade; priorização de temas dentro do relatório; identificação de quais stakeholders a organização espera que usem o relatório.	6
3.6	Limite do relatório (países, divisões, subsidiárias, instalações arrendadas, <i>joint ventures</i> , fornecedores).	7
3.7	Declaração sobre quaisquer limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite do GRI.	6
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.	6
3.9	Técnicas de Medição de dados e as bases de cálculos, incluindo hipóteses e técnicas, que sustentam as estimativas aplicadas à compilação dos indicadores e outras informações do relatório.	6, 7
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).	7
3.11	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere a escopo, limite ou métodos de medição aplicados no relatório.	6
3.12	Tabela que identifica a localização das informações no relatório.	105
3.13	Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório. Se a verificação não for incluída no relatório de sustentabilidade, é preciso explicar o escopo e a base de qualquer verificação externa fornecida, bem como a relação entre a organização relatora e os auditores	6, 27

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.	48, 49, 50
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).	49
4.3	Para organizações com uma estrutura administrativa unitária, declaração do número de membros independentes ou não-executivos do mais alto órgão de governança.	49
4.4	Mecanismos para que acionistas e empregados façam recomendações ou dêem orientações ao mais alto órgão de governança.	49
4.5	Relação entre remuneração para membros do mais alto órgão de governança, diretoria executiva e demais executivos (incluindo acordos rescisórios) e o desempenho da organização (incluindo desempenho social e ambiental).	48
4.6	Processos em vigor no mais alto órgão de governança para evitar que conflitos de interesse sejam evitados	62
4.7	Processo para determinação das qualificações e conhecimento dos membros do mais alto órgão de governança para definir a estratégia da organização para questões relacionadas a temas econômicos, ambientais e sociais	49
4.8	Declaração de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos relevantes para o desempenho econômico, ambiental e social, assim como o estágio de sua implementação. Explique até que ponto eles são aplicados na organização em regiões e departamentos/unidades diferentes e relacionam-se a normas acordadas internacionalmente	15, 16, 48
4.9	Procedimentos do mais alto órgão de governança para supervisionar a identificação e gestão por parte da organização do desempenho econômico, ambiental e social, incluindo riscos e oportunidades relevantes, assim como a adesão ou conformidade com normas acordadas internacionalmente, códigos de conduta e princípios	57
4.10	Processos para auto-avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança, especialmente com o respeito ao desempenho econômico, ambiental e social	48
4.11	Explicação de se e como a organização aplica o princípio da precaução.	56
4.12	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa.	20, 44
4.13	Participação em associações (como federações de indústrias) e/ou organismos nacionais/ internacionais de defesa em que a organização: Possui assento em grupos responsáveis pela governança corporativa; Integra projetos ou comitês; Contribui com recursos de monta além da taxa básica como organização associada; considera estratégica sua atuação como associada.	70
4.14	Relação de grupos de <i>stakeholders</i> engajados pela organização.	61
4.15	Base para a identificação e seleção de <i>stakeholders</i> com os quais se engajar.	70
4.16	Abordagens para engajamento dos Stakeholders, incluindo a frequência do engajamento por tipo e grupos de stakeholders.	61, 70
4.17	Principais temas e preocupações que foram levantados por meio do engajamento dos stakeholders e que medidas a organização tem adotado para tratá-los.	68, 72

## INDICADORES DE DESEMPENHO

1	INDICADORES DE DESEMPENHO ECONÔMICO	
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.	17, 41
GRI EC3	Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício definido que a organização oferece.	65
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 <i>pro bono</i> .	75, 77, 83, 90
2	INDICADORES DE DESEMPENHO AMBIENTAL	
GRI EN1	Materiais usados por peso ou volume.	77
GRI EN2	Percentual de materiais usados provenientes de reciclagem.	77
GRI EN26	Iniciativas para mitigar os impactos ambientais de produtos e serviços e a extensão da redução desses impactos	77
GRI EN28	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não-monetárias resultantes da não-conformidade com leis e regulamentos ambientais.	76

<b>3</b>	<b>INDICADORES DE DESEMPENHO REFERENTE A PRÁTICAS TRABALHISTAS E TRABALHO DECENTE</b>	
GRI LA1	Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região.	64
GRI LA2	Número total e taxa de rotatividade de empregados, por faixa etária, gênero e região.	65
GRI LA4	Percentual de empregados abrangidos por acordos e negociação coletiva.	65
GRI LA7	Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho, por região.	65
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.	63
GRI LA10	Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, discriminadas por categoria funcional.	64
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.	110
<b>4</b>	<b>INDICADORES DE DESEMPENHO REFERENTES A DIREITOS HUMANOS</b>	
GRI HR1	Percentual e número total de contratos de investimentos significativos que incluam cláusulas referentes a direitos humanos ou que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos.	69
GRI HR2	Percentual de empresas contratadas e fornecedores críticos que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos e as medidas tomadas.	69
GRI HR4	Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas.	65
GRI HR5	Operações identificadas em que o direito de exercer a liberdade de associação e a negociação coletiva pode estar correndo risco significativo e as medidas tomadas para apoiar este direito.	65
GRI HR6	Operações identificadas como risco de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil.	21, 69
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.	21, 69
<b>4</b>	<b>INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL</b>	
GRI S02	Percentual e número total de unidades de negócios submetidas a avaliações de riscos relacionados a corrupção.	62
GRI S03	Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização.	62
GRI S04	Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção	62
GRI S05	Posições quanto a políticas públicas e participação na elaboração de políticas públicas e <i>lobbies</i> .	71
GRI S08	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias resultantes da não conformidade com leis e regulamentos .	65
<b>5</b>	<b>INDICADORES DE DESEMPENHO REFERENTES À RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO</b>	
GRI PR6	Programas de adesão às leis, normas e códigos voluntários relacionados a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio.	67

## INDICADORES SUPLEMENTO FINANCEIRO

<b>1</b>	<b>INDICADORES ESPECÍFICOS DO SETOR FINANCEIRO</b>	
GRI FS1	Políticas que incluem componentes específicos ambientais e sociais aplicados às linhas de negócio	60, 66, 75, 83
GRI FS3	Processos para monitorar a implementação e concordância do cliente com requerimentos sociais e ambientais incluindo acordos e transações	77
GRI FS7	Valor monetário de produtos e serviços desenvolvidos para prover um benefício social específico a cada linha de negócio, detalhado por objetivo	67
GRI FS8	Valor monetário de produtos e serviços desenvolvidos para prover um benefício ambiental específico a cada linha de negócio, detalhado por objetivo.	77
GRI FS13	Pontos de acesso em áreas de baixa população ou com desvantagem econômica, por tipo.	68
GRI FS15	Políticas para o desenvolvimento e a venda de produtos e serviços financeiros de forma justa e transparente	62, 70
GRI FS16	Iniciativas para aperfeiçoar a literatura financeira por tipo de beneficiado.	87

# GLOSSÁRIOS

## Glossário de Seguros

**APÓLICE** – Instrumento do contrato de seguro, ato escrito que constitui a prova normal desse contrato.

**BENEFICIÁRIO** – Pessoa em cujo proveito se faz o seguro.

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

**CAPITAL SEGURADO** – Termo utilizado pela empresa seguradora para definir o valor do seguro no Seguro de Vida e Acidentes Pessoais.

**CARÊNCIA** – Período em que a sociedade está isenta de qualquer responsabilidade indenizatória, pela morte do segurado.

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

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

**CORRETOR DE SEGUROS** – Pessoa física devidamente credenciada por meio de curso e exame de habilitação profissional, autorizada pelos órgãos competentes a promover a intermediação de contrato de seguros e sua administração.

**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 em uma apólice de seguro.

**EVENTO** – Sinistro ou acontecimento previsto, em cobertura ou não no contrato, que resulta em dano para o segurado, como por exemplo, incêndio, roubo etc.

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

**INDENIZAÇÃO** – Reparação do dano sofrido pelo segurado.

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

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

**PREPOSTO** – Título utilizado por pessoa física devidamente credenciada por corretor de seguros junto à SUSEP e autorizada a promover intermediação de contratos de seguros em nome e sob responsabilidade do primeiro.

**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.

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

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

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

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

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

## Glossário de Responsabilidade Social Corporativa

**CONSELHO DE MANEJO FLORESTAL - FSC (FOREST STEWARDSHIP COUNCIL)** – certificação cujo objetivo é difundir a utilização responsável de florestas, conforme princípios e critérios que conciliam as proteções ao meio ambiente com benefícios sociais e a viabilidade econômica. O selo (FSC) para manejo florestal atesta que a madeira ou outro insumo florestal utilizado em determinado produto é oriundo de uma floresta manejada de forma ecologicamente adequada, socialmente justa e economicamente viável.

**DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL** – o conceito de desenvolvimento sustentável surge em 1987 na Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criada pela ONU, e consiste na capacidade de a sociedade atender suas necessidades no presente, através das práticas econômicas e de mercado, sem comprometer a capacidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades.

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

**EDUCAÇÃO AMBIENTAL** – a educação ambiental é um processo de reconhecimento de valores e clarificações de conceitos, objetivando o desenvolvimento das habilidades e modificando as atitudes em relação ao meio ambiente, para entender e apreciar as inter-relações entre os seres humanos, suas culturas e seus meios biofísicos.

**GERAÇÃO DE VALOR** – no contexto de sustentabilidade, geração de valor significa a geração de benefícios monetários mensuráveis (valores tangíveis) a partir de práticas de Responsabilidade Social Corporativa, como economia de custos ou geração de receitas; ou de benefícios não monetários (valores intangíveis) advindos também dessas práticas, por exemplo, aumento do valor de marca e da reputação da empresa, obtenção de licença para operar, atração e retenção de talentos, acesso ao capital, melhor gestão de riscos.

**INCLUSÃO SOCIAL** – prática voltada a deliberações acerca da inclusão de pessoas com falta de oportunidades sociais de acesso à educação, ao mercado de trabalho, à cultura, à saúde e a outros direitos essenciais.

**INDICADORES GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)** – diretrizes qualitativas e quantitativas para mensuração, avaliação e comunicação de práticas da organização no âmbito econômico, social e ambiental.

**PÚBLICOS DE INTERESSE** – designa qualquer indivíduo, grupo ou sistema impactado direta ou indiretamente pela atuação da empresa. São alguns exemplos: colaboradores, fornecedores, consumidores, comunidade, governo, formadores de opinião, meio ambiente, acionistas etc.

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

**RELATÓRIO ANUAL** – relatório que consolida informações econômico-financeiras, elaborado anualmente por empresas que visam tornar suas práticas mais transparentes conferindo melhor comunicação com o mercado.

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

**VULNERABILIDADE SOCIAL** – designa os segmentos populacionais mais vulneráveis à pobreza e à exclusão social.

# INFORMAÇÕES CORPORATIVAS (GRI LA13)

## CONSELHOS DE ADMINISTRAÇÃO DAS EMPRESAS MAPFRE\*

Antonio Cássio dos Santos (presidente)<sup>1</sup>  
Ademar Schardong<sup>2</sup>  
Álvaro Almeida<sup>3</sup>  
Aparecido Luiz Pereira<sup>4</sup>  
Elvira Leão Palumbo<sup>5</sup>  
Fernando Pérez-Serrabona García<sup>6</sup>  
Hélio Zylberstajn<sup>2</sup>  
Heloísa Belotti Bedicks<sup>6</sup>  
Lajose Alves Godinho<sup>2</sup>  
Mario José Gonzaga Petrelli<sup>7</sup>  
Mauro César Batista<sup>7</sup>  
Mauro Ricardo Machado Costa<sup>8</sup>  
Milton Luiz de Mello Santos<sup>8</sup>  
Ruy Martins Altenfelder Silva<sup>1</sup>  
Simão Davi Silber<sup>2</sup>  
Wilson Toneto<sup>8</sup>  
Secretário-geral: Antonio Fernando Siqueira  
Rodrigues

## CONSELHO FISCAL

(MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência)  
Assízio Aparecido de Oliveira  
Tomás Bruginski de Paula  
Daniele Lunetta

## COMITÊ DE AUDITORIA

Luiz Roberto Castiglione de Lima  
Heloísa Belotti Bedicks  
Rosângela Granato

## COMITÊ DE DIREÇÃO ESTRATÉGICA

Antonio Cassio dos Santos  
Antonio Fernando Siqueira Rodrigues  
Artur Luiz Souza dos Santos  
Bento Aparício Zanzini  
Dirceu Tiegs  
Jabis de Mendonça Alexandre  
Marcos Eduardo dos Santos Ferreira  
Rogerio Guede Vergara  
Wilson Toneto

## DIRETORES DAS EMPRESAS MAPFRE

### Presidente

Antonio Cássio dos Santos

### Diretores-Presidentes de Unidades

Wilson Toneto – *Diretor-Presidente da MAPFRE*

*Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários*

Marcos Eduardo dos Santos Ferreira – *Diretor-*

*Presidente da MAPFRE Nossa Caixa Vida e*

*Previdência*

### Diretores Vice-Presidentes

Bento Aparício Zanzini

Dirceu Tiegs

Jabis Mendonça Alexandre

Marcos Eduardo dos Santos Ferreira

Wilson Toneto

### Diretores Estatutários

Antonio Fernando Siqueira Rodrigues

Artur Luiz Souza dos Santos

Bento Aparício Zanzini

Caio Cezar Valli Júnior

Carlos Alberto Draghi

Carlos Alberto Gadia Barreto

Carlos Alberto Landim

Dirceu Tiegs

Eduardo Soares Freitas

Elíseo João Viciano

Felipe Costa da Silveira Nascimento

José Aurélio Ramalho

Maurício Galian

Moacyr D'Acampora Filho

Moira Coromoto Romero Ramos

Raphael de Luca Júnior

Rogério Guede Vergara

Wilson Toneto

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

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

2 MVCS, MVCVP, MARES, MSGC, MSCE, MC

3 MVCS, MVCVP, MC

4 MVCS, MVCVP, MSGC, MSCE, MC

5 MVCS, MVCVP, MARES, MC

6 MSGC, MSCE

7 MARES

8 MNCVP

# CRÉDITOS

O Relatório de Sustentabilidade é fruto de trabalho intensivo e coleta criteriosa de informações de diversas áreas da Empresa. Merecem a menção especial, pelas informações concedidas, os seguintes colaboradores:

Ana Maria Meira dos Santos  
Carlos Alberto Landim  
Cláudia Santos  
Cristiane Lima  
Márcia Maria Tóia Esteves Lima  
Marcio Vicenzi Jager  
Maria Cristina Lopes Augusto  
Maria Roseli dos Santos  
Pietro Marras Neto  
Rafael Marinelli  
Renata Martins Pappalardo  
Roberta Provinciano  
Simone Negrão  
Tatiana Cerezer  
Tiago Agrella Basaglia

## **Direção Geral**

Superintendência de Incentivos e Fundação  
MAPFRE  
Mercado e Desenvolvimento da Rede

## **Coordenação de Conteúdos GRI**

Via Gutenberg

## **Textos**

Silvia Martinelli  
Via Gutenberg

## **Projeto Gráfico**

Set Design

## **Fotos**

Paulo Pepe / Arquivo MAPFRE / Alex Szabzon

## **Impressão**

Ipsis

## **Tiragem**

3.000 exemplares



## 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		Reportar todos os critérios listados para o Nível C mais: 1.2 3.9, 3.13 4.5-4.13, 4.16-4.17		O mesmo requerido para Nível B	
	Informações sobre a Forma de Gestão G3	Não obrigatório	<b>Relatório Verificado Externamente</b>	Abordagem de Gestão para cada Categoria de Indicador	<b>Relatório Verificado Externamente</b>	Abordagem de Gestão para cada Categoria de Indicador	<b>Relatório Verificado Externamente</b>
	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 e Suplemento Setorial de acordo com o princípio da Materialidade em que deve-se: 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](http://www.mapfre.com.br)



**Fontes Mistas**

Grupo de produto proveniente de florestas  
bem manejadas e fontes controladas  
[www.fsc.org](http://www.fsc.org) Cert no. SW-COC-003347  
© 1996 Forest Stewardship Council

Este Relatório foi impresso com papel Certificado FSC,  
garantia de manejo florestal responsável.