



Relatório de Sustentabilidade 2013

confiança





ÍNDICE

1. Mensagem da Presidência	4
2. Sobre o Relatório	7
3. MAPFRE no Mundo	9
4. MAPFRE Brasil	13
Contexto do País	15
Contexto do mercado	16
Estratégia e perspectivas	16
Gestão de aspectos materiais	17
Modelo de atuação para sustentabilidade	20
Governança corporativa	22
5. Gestão de Resultados Compartilhados	25
Resultados econômico-financeiros	25
Resultados compartilhados por <i>stakeholder</i>	27
6. Desempenho MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS	39
Apresentação	39
Desempenho de mercado	40
Previdência	41
Investimentos	42
Capitalização	43
Consórcio	44
CESVI Brasil	44
Resultados econômico-financeiros	45
7. Desempenho GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE	47
Apresentação	47
Desempenho de mercado	49
Riscos de Pessoas	50
Automóvel	52
Rural/Habitacional	53
Massificados	54
Grandes Riscos	55
Resultados econômico-financeiros	56
8. Informações Complementares	58
Informações corporativas	58
Gestão dos indicadores	60
Índice remissivo GRI	66
Informe de Verificação Externa	71
Informe de Revisão de Auditoria	72
Créditos	76

1

Mensagem da Presidência GRI G4-1



O ano de 2013 foi muito importante para a MAPFRE em diversos aspectos. Na Espanha, iniciamos a transição de uma estrutura de governança e modelo operacional organizada por negócio para um modelo com maior foco e organizado por cliente. Esse posicionamento é resultado de um processo de evolução que o Grupo vem passando nos últimos dois anos para se adaptar ao novo cenário global.

Para garantir mais agilidade e eficiência às atividades desenvolvidas em todo o mundo, a MAPFRE reforça o conceito de seguradora global com a criação de uma nova estrutura que permitirá avançar em seu objetivo de globalidade, que pressupõe a diversificação geográfica e de produtos e serviços.

Esse processo foi realizado com a participação de executivos dos mais diferentes países, em um processo colaborativo que resultou em uma série de mudanças: organizacionais, societárias e de posicionamento na forma de conduzir os negócios. Com isso, o centro do mapa estratégico passa a ser o cliente, e as estruturas corporativas consolidam o seu posicionamento a serviço do negócio, que geram indicadores financeiros, de retribuição ao acionista e à sociedade.

Nessa nova estrutura, as realidades regionais são respeitadas e aproveitadas, garantindo mais agilidade e respeitando o aspecto corporativo e a busca de sinergias. No Brasil, ganhamos uma importância relativa maior ao nos transformarmos em regional, ao lado de outras seis unidades geográficas: Ibéria, Latam Norte, Latam Sul, América do Norte, Emea (Europa, Oriente Médio e África) e Apac (Ásia e Pacífico).

A expectativa, a partir de agora, é que esse novo modelo de negócio e de governança fortaleça o posicionamento da MAPFRE como uma seguradora global a partir das sinergias a serem capturadas em relação à maior agilidade no processo de decisão, formatação de produtos e aprovação de projetos.

Em meio a esse processo de mudança, a MAPFRE manteve-se focada na conquista de resultados sólidos em 2013, com crescimento nos principais mercados, mesmo diante de um cenário complexo e marcado pela crise econômica em várias regiões do globo.

O Grupo encerrou o ano com receitas totais de 25,9 bilhões de euros, lucro líquido de 790 milhões de euros e crescimento nos principais mercados, com destaque para o incremento de 20% no mercado brasileiro (em reais).

Esses resultados representam um crescimento global de 2% (em euros), em decorrência da desvalorização das moedas locais nas regiões onde o Grupo atua. Na prática, isso significa que o volume de negócios cresceu, embora o resultado tenha sido impactado pelo cenário adverso do ponto de vista cambial.

Ou seja, em moeda local, a MAPFRE apresentou crescimentos significativos em cada país. Tanto que, ao fim de 2013, as atividades no exterior representavam 72% do faturamento, sendo responsáveis pelo aporte de 64% dos resultados. O conjunto das operações da MAPFRE Brasil representou 23,8% dos prêmios e 19,2% dos resultados globais, o que mantém o posicionamento do Brasil como o segundo mercado mais relevante para as atividades do Grupo.

Para a MAPFRE Brasil, 2013 foi um ano positivo, de evolução em alguns negócios e retração em outros (principalmente entre os produtos de acumulação financeira), mas ao fim do exercício conseguimos manter os patamares gerais de resultados positivos.

Outro destaque do ano foi a criação de duas novas empresas na estrutura da MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS, a MAPFRE Administradora de Consórcios e a MAPFRE Saúde, que materializam a expansão de nossa estratégia de atuação para outros segmentos. Com isso, em julho de 2013 passamos a operar no segmento de Consórcio, com um posicionamento definido, de ser uma empresa digital com relacionamento pessoal, garantindo aos distribuidores e consorciados uma relação ágil, confiável e inovadora.

Em Saúde, iniciaremos nossa atuação em 2014 no segmento corporativo com um posicionamento diferente, focado na prevenção e na qualidade de vida, trabalhando em parceria com as empresas em benefício do segurado.

Mas, além dos bons resultados conquistados no ano, presenciamos em 2013 um cenário financeiro apreensivo, com alta volatilidade e variação bruscas de taxas, que acabaram afetando o desempenho de alguns segmentos.

Ainda em 2013 reforçamos a nossa filosofia de oferecer cada vez mais um atendimento de qualidade aos nossos clientes e segurados, com a internalização dos serviços de *call center*, garantindo maior controle sobre essa atividade em busca da satisfação de nossos clientes e oferecendo, ao mesmo tempo, melhores condições de trabalho aos nossos colaboradores.

A sustentabilidade também faz parte do dia a dia da MAPFRE Brasil, que integrou o tema ao posicionamento estratégico do negócio, liderando a cadeia de valor em busca de resultados integrados e de uma atuação equilibrada com a participação de todos os envolvidos e promovendo ações capazes de disseminar informações entre todos os públicos de interesse.

Nossa atuação nessa área é orientada por um Modelo de Gestão da Sustentabilidade, focado no desenvolvimento de uma cultura socioambiental que protege e, ao mesmo tempo, gera valor para o meio ambiente, para a sociedade brasileira e para o negócio. Esse modelo é disseminado entre a alta liderança e suas equipes, que possuem metas a serem cumpridas. Além disso, todas as unidades de negócios contam

com um projeto, produto ou negócio ligado à sustentabilidade, com objetivos de curto e longo prazo.

Além de incorporar a sustentabilidade em nossas decisões estratégicas, mantemos participação ativa em associações e órgãos nacionais e internacionais que atuem para promover a sustentabilidade e a responsabilidade socioambiental, participando e contribuindo de maneira ativa para a formulação de políticas públicas.

Também seguimos princípios e acordos internacionais dos quais somos signatários, como o PSI – Princípios para Sustentabilidade em Seguros, criado para nortear as práticas sustentáveis entre as empresas do setor de seguros; o Pacto Global, iniciativa desenvolvida pela ONU para mobilizar empresas a adotarem em suas práticas valores relacionados a dez princípios; e os Objetivos do Milênio, conjunto dos oito maiores problemas mundiais, para serem trabalhados e atingidos até 2015 por todos os países.

Graças a esse posicionamento e à transparência com que divulgamos nossos resultados e avanços em diferentes âmbitos, conquistamos, pela quarta vez, o Prêmio Abrasca de Melhor Relatório Anual, entre as companhias fechadas, na categoria 1. Receber mais uma vez esse reconhecimento do mercado fortalece nossa crença de que estamos no caminho certo ao incorporarmos a sustentabilidade em nosso posicionamento estratégico, gerando valor compartilhado a todos os nossos *stakeholders*.

Por fim, agradecemos o apoio e a confiança depositados em nosso trabalho por parte de nossos acionistas, clientes, colaboradores, corretores, parceiros e sociedade como um todo. O fortalecimento desse relacionamento é um dos objetivos que nos estimulam a seguir em frente, em busca de novos desafios.



Wilson Toneto
Presidente MAPFRE Brasil





2

Sobre o Relatório

GRI G4-13, G4-17, G4-18, G4-22, G4-23, G4-28, G4-29, G4-30, G4-31 e G4-33

As informações apresentadas neste Relatório abrangem os resultados das operações mantidas pela MAPFRE BRASIL PARTICIPAÇÕES (denominada neste Relatório como MAPFRE Brasil) relativas ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2013.

Os dados operacionais e financeiros, bem como as comparações que se referem ao mesmo período de 2012 – exceto onde estiver indicado de outra forma –, são apresentados com base em números consolidados e em reais, conforme a legislação societária vigente.

Essas informações referem-se ao desempenho da MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS e do GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE (ou GRUPO BB E MAPFRE), e suas respectivas empresas que compõem a estrutura corporativa da MAPFRE Brasil.

Em 2013, essa estrutura foi alterada com a criação de duas novas empresas pertencentes à MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS: MAPFRE Administradora de Consórcios, instituição autorizada pelo Banco Central do Brasil, e MAPFRE Saúde, empresa com funcionamento aprovado pela Agência Nacional de Saúde Suplementar – ANS.

Pelo oitavo ano consecutivo, a Empresa divulga seu desempenho nas esferas social, ambiental e econômica em linha com as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), seguindo as técnicas de medição e bases de cálculo propostas pela entidade.

O ciclo de emissão do Relatório é anual, e a versão anterior, que compreende os resultados de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2012, foi publicada em junho de 2013.

Em 2013, a principal alteração quanto ao escopo ou aos limites do Relatório foi a evolução para a versão GRI G4, com a qual os aspectos que a Empresa já gerencia ganharam destaque, sem deixar de dialogar com os resultados dos anos anteriores para garantir a comparabilidade e o histórico.

Com a aplicação desse modelo, a MAPFRE Brasil espera reforçar o relacionamento com todos os públicos com os quais se relaciona: acionistas, colaboradores, clientes, fornecedores, investidores, analistas de mercado, governo e sociedade.

Para garantir uma verificação externa abrangente e completa, este Relatório foi submetido a duas análises: a auditoria externa realizada pela Ernest & Young Terco Auditores Independentes S.S. e, complementarmente, a verificação externa e independente realizada por alunos do núcleo de pesquisa em organizações, sociedade e sustentabilidade, coordenado pela professora Dra. Sylmara Gonçalves Dias e pelo prof. Dr. Alexandre Igari, ambos da EACH-USP (Escola de Artes, Ciências e Humanidades, da Universidade de São Paulo).

Dúvidas sobre esse Relatório podem ser esclarecidas pelo e-mail sustentabilidade@mapfre.com.br.



3

MAPFRE no Mundo

Líder do mercado espanhol de seguros, a MAPFRE é uma seguradora global presente em 47 países, nos cinco continentes, com atuação nos ramos segurador, ressegurador, financeiro, imobiliário e de serviços.

Essas atividades são desenvolvidas a partir de 258 sociedades e suportadas por uma estrutura composta por 5.390 escritórios próprios em todo o mundo, dos quais 3.069 na Espanha e 2.122 na América Latina. Os produtos são distribuídos por uma ampla rede de entidades bancárias, agentes e mediadores.

MAPFRE EM NÚMEROS

- > 1ª seguradora multinacional da América Latina.
- > Entre os 10 maiores grupos em volume de prêmios da Europa.
- > 4ª maior operadora do mundo na atividade de Assistência.
- > 16ª resseguradora em prêmios e 13ª em prêmios brutos.
- > Top 20 nos Estados Unidos entre os grupos seguradores de automóveis.
- > 1ª colocação em Seguro de Vida na América Latina.
- > 36.600 colaboradores, 5.500 escritórios próprios e mais de 68.000 corretores em todo o mundo.

Em 2013, a MAPFRE registrou receitas totais de 25,9 bilhões de euros (R\$ 84 bilhões), com lucro líquido de 790 milhões de euros (cerca de R\$ 2,5 bilhões), ativos totais superiores a 56,8 bilhões de euros (R\$ 183,3 bilhões) e patrimônio líquido de 9,9 bilhões de euros (R\$ 32 bilhões).

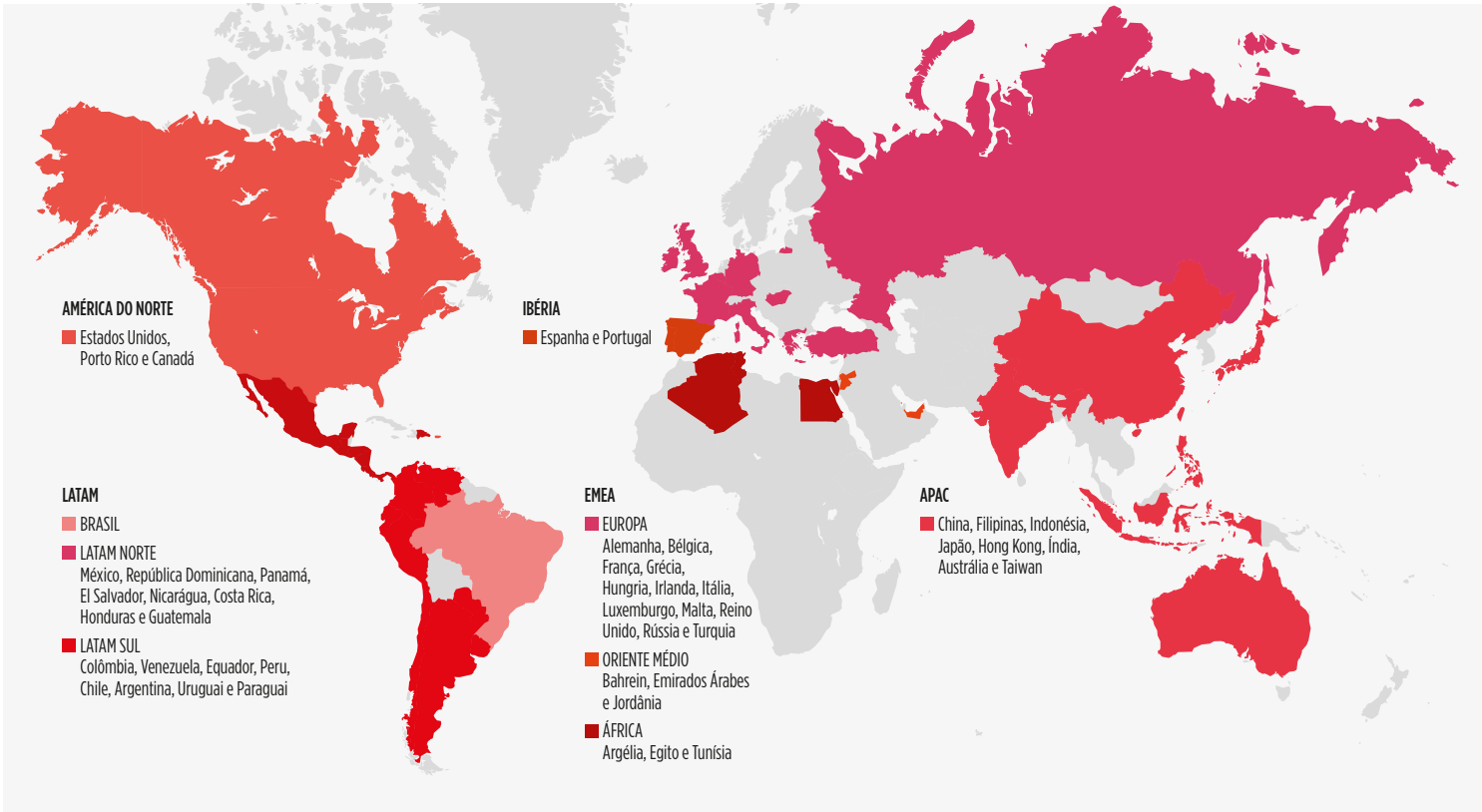
Cada vez mais significativas, as atividades no exterior representavam, ao fim de 2013, 72% do faturamento da Empresa, sendo responsáveis pelo aporte de 64% dos resultados. O conjunto das operações mantidas pela MAPFRE no Brasil responde por 23,8% dos prêmios e 19,2% dos resultados globais, o que coloca o País como segundo mercado mais relevante para as atividades do Grupo.

RECONHECIMENTO INSTITUCIONAL

- > Entre as empresas mais admiradas do mundo: 399ª posição no *ranking* da revista *Forbes* e 405ª lugar no *ranking* da revista *Fortune*.
- > Marca espanhola que mais cria valor segundo a Interbrand, incluída no Informe Merco, da Espanha, entre as dez empresas mais valorizadas (8ª colocação) e entre as 20 melhores empresas para trabalhar (16ª lugar).
- > Integra o Índice Dow Jones de Sustentabilidade (DJSI), FTSE4GOOD e FTSE4GOOD IBEX.

NOVO POSICIONAMENTO GLOBAL

Para adaptar-se aos objetivos estratégicos que demandam sua dimensão atual e presença global, foi criada em 2013 uma nova estrutura de atuação para garantir mais agilidade e eficiência às atividades desenvolvidas pela MAPFRE em todo o mundo.

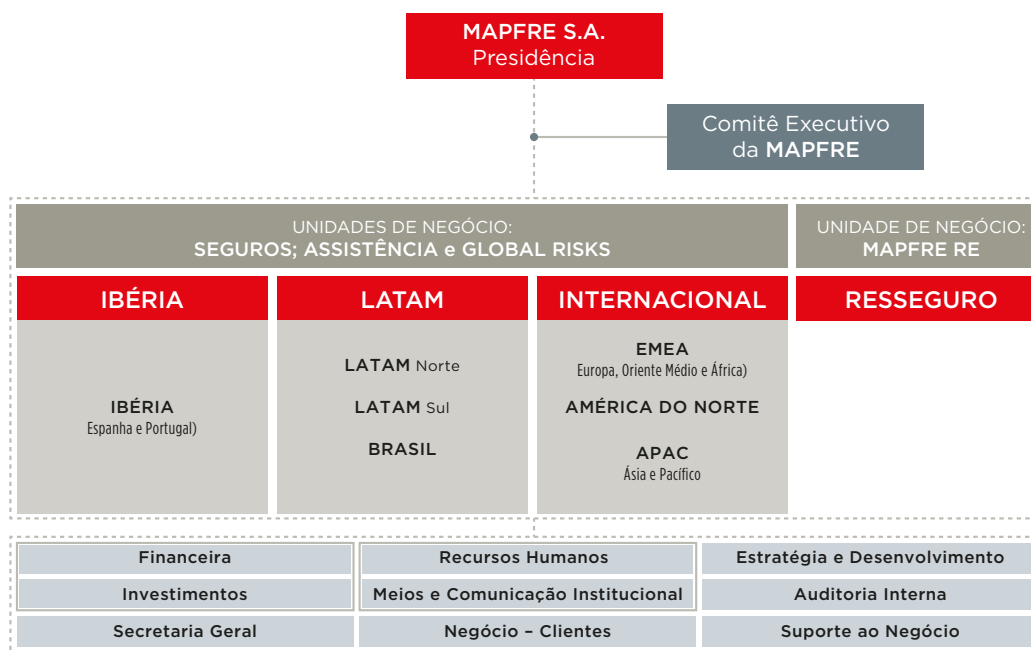


A partir do conceito de uma seguradora global, essa nova estrutura permitirá à MAPFRE avançar em seu objetivo de globalidade, que pressupõe a diversificação geográfica e de produtos e serviços, além de potencializar o relacionamento com todos os *stakeholders*.

Dentre os objetivos dessa nova proposta, destacam-se:

- > Ampliar a presença para outros países e regiões geográficas;
- > Incrementar a eficiência organizacional;
- > Aproveitar a liderança conquistada pela MAPFRE nos mercados onde atua para fortalecer o seu modelo de gestão;
- > Diversificar o portfólio de produtos;
- > Integrar uma gestão multinacional com uma ampla capacidade de execução local;
- > Compartilhar os recursos disponíveis entre todas as empresas MAPFRE, em busca de sinergias;
- > Manter a especialização como princípio básico na gestão.

O ponto principal do novo posicionamento adotado pela MAPFRE está na simplificação da estrutura, que possibilitará um melhor aproveitamento dos recursos e da distribuição de competências entre um amplo número de áreas de negócios e corporativas. Assim, desde 1º de fevereiro de 2014, a MAPFRE está estruturada da seguinte maneira:



> Áreas corporativas globais

Foram criadas áreas corporativas globais responsáveis por desenvolver e implementar as políticas corporativas globais em todas as empresas MAPFRE no mundo: Financeira, Investimentos, Recursos Humanos; Meios e Comunicação Institucional; Estratégia e Desenvolvimento; Auditoria Interna; Secretaria Geral e Assuntos Legais; Suporte ao Negócio (inclui TI, Operacionais e Processos); e Negócios e Clientes.

Esse novo posicionamento permitirá à MAPFRE consolidar sua liderança na Espanha, crescer em mercados estratégicos como União Europeia, México, Brasil e Turquia, e aproveitar o potencial de crescimento em regiões como Europa e sudeste asiático. Como resultado, a Empresa espera consolidar uma posição privilegiada para avançar em 2014 e acompanhar os clientes no processo de recuperação econômica.

> Unidades de negócio

Seguros (que incluem as filiais seguradoras nos respectivos países); Assistência, Serviços e Riscos Especiais; Riscos Globais; e Resseguros.

> Áreas territoriais

Engloba três unidades geográficas de direção e coordenação para a Unidade de Seguros da MAPFRE: IBERIA, LATAM E INTERNACIONAL.

> Áreas regionais

Foram criadas sete unidades geográficas de suporte e supervisão de todas as operações seguradoras e de serviço da MAPFRE em cada região: IBERIA, LATAM Norte, LATAM Sul, Brasil, América do Norte, EMEA (Europa, Oriente Médio e África) e APAC (Ásia e Pacífico).

> Companhias locais

São as empresas atuantes em cada país, que desenvolvem suas atividades aplicando as políticas globais, regionais e locais.



4

MAPFRE Brasil

GRI G4-3, G4-4, G4-5, G4-6, G4-7, G4-8, G4-9, G-10 e G4-17

Com sede na cidade de São Paulo e operações em todas as regiões brasileiras, a MAPFRE Brasil é a *holding* que congrega as atividades do Grupo MAPFRE no País. Responsável por 19,2% dos resultados globais, continua sendo a principal operação da MAPFRE fora da Espanha.

A estrutura corporativa da MAPFRE Brasil é formada pela MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS e pelo GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE, que não são pessoas jurídicas, mas sim, denominações de grupos que englobam, cada qual, várias empresas:

MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS – empresa que agrupa os serviços que não integram a parceria entre o Banco do Brasil e a MAPFRE, com atuação direta e independente nos seguintes ramos de atuação: previdência privada, gestão de recursos financeiros, capitalização, administração de consórcios, planos de saúde (em fase pré-operacional), prestação de serviços técnicos na área de seguros e investimentos imobiliários.

- > MAPFRE Previdência S.A.
- > MAPFRE Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S.A.
- > MAPFRE Capitalização S.A.
- > MAPFRE Administradora de Consórcios S.A.
- > MAPFRE Saúde Ltda.
- > CESVI Brasil - Centro de Experimentação e Segurança Viária Ltda.
- > MAPFRE Seguradora de Crédito à Exportação S.A.
- > Vera Cruz Consultoria Técnica e Administradora de Fundos Ltda.
- > Detectar Estudos Técnicos Ltda.
- > MAPFRE Investimentos e Participações S.A.

GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE – maior empresa de seguros da América Latina em seus ramos de atuação: pessoas e ramos elementares, incluindo habitacional, agrícola e veículos, resultado da parceria estratégica firmada entre o Grupo Banco do Brasil e o Grupo MAPFRE.

- > BB MAPFRE SH1 Participações S.A.
- > MAPFRE BB SH2 Participações S.A.
- > Companhia de Seguros Aliança do Brasil
- > Vida Seguradora S.A.

- > MAPFRE Vida S.A.
- > MAPFRE Seguros Gerais S.A.
- > BB MAPFRE Assistência S.A.
- > MAPFRE Affinity Seguradora S.A.
- > Brasilveículos Companhia de Seguros
- > Aliança do Brasil Seguros S.A.

A MAPFRE Brasil encerrou 2013 com receitas totais de R\$ 14,6 bilhões, lucro líquido de R\$ 421 milhões, 6.892 colaboradores e quase 37 milhões de clientes (sendo 36.891.754 do GRUPO BB E MAPFRE e 63.323 da MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS).

Durante o ano, recebeu autorização para ingressar no segmento de seguro saúde, o que culminou com a criação da MAPFRE Saúde Ltda., cuja operação será iniciada em 2014.

Além disso, com a reestruturação estratégica promovida pelo Grupo MAPFRE em 2013, as operações internacionais ganharam mais importância no contexto global. Como consequência, o Brasil foi alçado à condição de regional, conquistando mais destaque na estrutura do Grupo e no cenário global.

Em linha com esse novo posicionamento global, foram desenvolvidas novas diretrizes para a atuação da MAPFRE Brasil:

VISÃO

A MAPFRE quer ser a seguradora global de confiança.

MISSÃO

Somos uma equipe multinacional que trabalha para avançar constantemente no serviço de desenvolver a melhor relação com os nossos clientes, distribuidores, fornecedores, acionistas e sociedade.

VALORES

Solvência - Força financeira com resultados sustentáveis. Diversificação internacional e consolidação nos diferentes mercados.

Integridade - A ética rege o comportamento de todas as pessoas. Enfoque socialmente responsável em todas as nossas atividades.

Vocação de Serviço - Busca permanente da excelência no desenvolvimento de nossas atividades. Iniciativa contínua orientada ao cuidado da relação com o cliente.

Inovação para Liderança - Vontade de superação e melhoria constante. Tecnologia útil a serviço dos negócios e de seus objetivos.

Equipe Comprometida - Envolvimento pleno da equipe com o projeto da MAPFRE. Desenvolvimento e formação constante das capacidades e habilidade da equipe.

RECONHECIMENTO

Em 2013, a MAPFRE Brasil recebeu uma série de prêmios e reconhecimentos em diferentes segmentos:

- Prêmio Valor Carreira - Melhores na Gestão de Pessoas, organizado pelo jornal *Valor Econômico*;



Entrega do Prêmio Valor Carreira

- Top Educação 2013, categoria Seguro Educacional, pelo segundo ano consecutivo, com o produto MAPFRE Educacional Multiflex;
- Guia Exame de Sustentabilidade 2013, entre as 61 empresas mais sustentáveis do Brasil e entre as quatro empresas mais sustentáveis do setor Finanças/Seguros;
- Melhores Empresas para Trabalhar, do Great Place to Work (GPTW), pelo terceiro ano consecutivo;
- Prêmio da DMA - Associação Internacional de Marketing Direto, com o projeto Traduzindo o Segurês;
- XIII Prêmio ABT - Associação Brasileira de Telesserviços, com o case: "SIM 24h - 10 anos de superação de resultados e de relacionamento próximo e humano com o cliente";
- Melhor Evento do Ano de 2013, categoria Melhor Evento, em premiação promovida pelo jornal *Folha de S.Paulo* - Exposição Mestres do Renascimento: obras-primas italianas;
- Prêmio Aberje 2013 - categoria Comunicação de Programas, Projetos e Ações Culturais, pela realização da exposição Impressionismo: Paris e a Modernidade;
- Prêmio APCA (Associação Paulista de Críticos de Arte) - categoria Melhor Exposição Internacional, para a exposição Mestres do Renascimento;
- Prêmio Fornecedor de Confiança, concedido à operação de Previdência, pela revista *Melhor - Gestão de Pessoas*;

- 15º Prêmio Abrasca de Melhor Relatório Anual, pelo terceiro ano consecutivo, entre as companhias fechadas, categoria 1 (que compreende empresas com receita líquida igual ou superior a R\$ 1 bilhão/ano);



Entrega do Prêmio Abrasca

- Prêmio Ibef de Sustentabilidade (Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças), na categoria Estrutura da Operação, pela implantação do projeto Modelo de Gestão Estratégica Sustentável de Fornecedores;
- XVI Prêmio Cobertura Performance 2013 – Melhor Desempenho em Riscos Aeronáuticos e RC Transporte – Desvio de Carga, concedido pela revista *Cobertura Mercado de Seguros*;
- Prêmio Melhores do Seguro 2013, em levantamento realizado pela revista *Apólice* com corretores de todo o País, para as operações da MAPFRE Previdência;



Entrega do Melhores do Seguro 2013

- A MAPFRE Brasil foi premiada em dez categorias na 10ª edição do Prêmio Segurador Brasil, concedido pela revista *Segurador Brasil*;
- Troféu Personalidades Cliente SA – CIC Brasil 2013;
- XI Prêmio Abralog de Logística, promovido pela Associação Brasileira de Logística. A MAPFRE Brasil foi premiada na categoria Projetos Colaborativos, com o case “A logística do acaso – Entregar serviços emergenciais 24 horas por dia, 365 dias por ano, garante a qualidade de vida dos clientes”.

Contexto do País

Formada por mais de 196 milhões de pessoas, a população brasileira é a quinta maior do mundo, mas apresenta um dos menores índices de penetração dos produtos de seguros em relação ao PIB, que, no Brasil, é de 3%* – abaixo de países como Índia (5,1%), Chile (4%) e China (3,8%).

Se analisada por classe social, a taxa de adesão aos seguros em geral também é relativamente baixa: 1,45% na classe E; 4,19% na classe D; 15,69% na classe C; e 46,17% na classe A/B.**

Com um grande potencial ainda a ser explorado, o mercado brasileiro de seguros vem apresentando crescimento significativo desde a década de 1990, quando o governo passou a conceder mais liberdade às empresas seguradoras. Desde então, a oferta de produtos cresceu, assim como aumentou a qualidade dos serviços oferecidos.

Outro fator recente que afetou positivamente o desempenho do setor foi o crescimento, na última década, da classe média. Com aproximadamente 104 milhões de pessoas, essa parcela da população representa hoje mais de 53% dos brasileiros. Além de contribuir para a redução do índice de pessoas que viviam abaixo da linha da pobreza, a ascensão social desses milhões de brasileiros foi responsável pelo aumento da expectativa de vida.

O envelhecimento da população brasileira é uma tendência que deve perdurar por pelo menos mais duas décadas. Segundo estudo do Banco Mundial (*Getting Old in an Older Brazil*, 2011), o percentual de brasileiros com mais de 65 anos passará de 7% para 14% da população total em apenas 21 anos (de 2011 a 2032) – processo que levou 69 anos para ocorrer nos Estados Unidos (de 1944 a 2013) e 115 anos na França (de 1865 a 1980).

*Fonte: estudo da Deloitte, de 2011, “A indústria de seguros no Brasil: Transformação e crescimento em um país de oportunidades”.

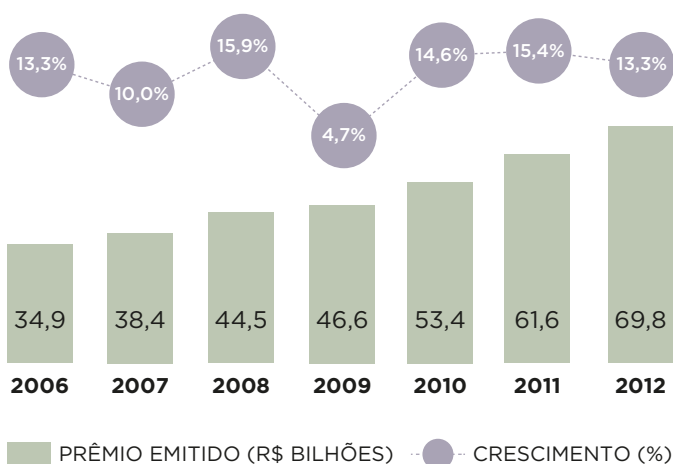
**Fonte: estudo do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas, de 2009, “Microseguros e a nova classe média”.

Contexto do mercado GRI G4-EC2

O crescimento populacional, a ascensão social e o aumento da expectativa de vida, alinhados à ampliação da oferta de crédito, contribuíram para o fortalecimento do poder de consumo da população, despertando uma busca maior por produtos de proteção e alavancando o número de negócios para o setor de seguros.

Com estabilização da economia, programas de inclusão social e aumentos reais de renda, o perfil socioeconômico do consumidor de seguros mudou, gerando oportunidade para o lançamento de novos produtos e serviços e assistências específicos para esse público em previdência privada, seguro educação, proteção financeira contra acidentes pessoais e seguro residencial, entre outros.

Como consequência, o volume de prêmios de seguros vem apresentando crescimento nos últimos anos, conforme dados do gráfico abaixo:



*Fonte: estudo da Deloitte, "A indústria de seguros no Brasil: Transformação e crescimento em um país de oportunidades", 2011.

Diante desse cenário, o desafio da MAPFRE Brasil é atender a população brasileira sem acesso ao sistema de seguro do País, fomentando a inclusão de pessoas no mercado securitário brasileiro e investindo no desenvolvimento de novas soluções para o ramo de Riscos de Pessoas.

Com o aumento da exposição do negócio aos riscos ASG (ambientais, sociais e de governança), o dimensionamento das perdas decorrentes desses riscos passa a ser fundamental para o bom desempenho de modelos de análise/subscrição/precificação.

Outro desafio são as mudanças climáticas (transformações no regime de precipitação, maior ocorrência de secas e deficiência hídrica), que provocam a expansão de áreas expostas a riscos ao longo do tempo, elevando os custos da produção agrícola e aumentando a necessidade de seguros para atender à variação desses eventos que, devidamente precificados, são capazes de gerar novas soluções em seguros.

Para enfrentar o cenário macroeconômico de 2013, marcado pela alta volatilidade do mercado, foi reforçada a estratégia de contenção de custos, que contribuiu para o desempenho conquistado no ano, com resultados positivos nos diferentes negócios.

Estratégia e perspectivas GRI G4-2

Em seu planejamento estratégico, a MAPFRE Brasil inclui abordagens para resultados sustentáveis que são incorporados aos processos cotidianos, maximizando a participação de cada colaborador no alcance das metas propostas, e ações agrupadas a partir do acrônimo Crescer:

- Conquista de novos clientes
- Resultados positivos e sustentáveis
- Estabelecimento de parcerias duradouras
- Serviços diferenciados
- Clientes satisfeitos
- Excelência operacional
- Reconhecimento de nossos colaboradores



Totalmente integrado à estratégia da Empresa, o conceito de sustentabilidade também permeia cada área e unidade de negócio, que possuem objetivos com foco em crescimento, atuação multicanal, margem de contribuição, sinergias, sustentabilidade e desenvolvimento humano.

O desafio da Empresa é atender os 83,2%* da população brasileira sem acesso atualmente ao sistema de seguro do País, consolidando sua posição como a maior fomentadora da inclusão de pessoas no mercado securitário brasileiro.

Para contribuir com o desenvolvimento e a sustentabilidade do negócio, a MAPFRE Brasil considera esses e outros desafios da sociedade brasileira como questões-chave para a indústria de seguros, mantendo uma atuação direcionada para o atendimento de dois objetivos principais:

→ **Desenvolvimento do mercado, a partir do engajamento dos principais stakeholders em estratégias específicas de desenvolvimento sustentável e melhores práticas.**

Para desenvolver sua cadeia de valor, composta de mais de 17 mil fornecedores e 20 mil corretores em todo o Brasil, a MAPFRE Brasil está atenta às questões que envolvem cada um desses grupos, investindo no aprimoramento de produtos e serviços voltados para esse público.

→ **Universalização do acesso a mecanismos de segurança para a população, em todo o território brasileiro.**

Diante do baixo índice de adesão, em todas as classes sociais, aos produtos e serviços de seguro no Brasil, a MAPFRE Brasil procura entender as necessidades específicas de cada público, atuando no aprimoramento e no desenvolvimento de produtos e serviços de acordo com essas demandas. Um dos desafios

*Fonte: estudo do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas, de 2009, "Microseguros e a nova classe média".

é a formatação de soluções de qualidade, em conjunto com parceiros de negócios que sejam capazes de atender às novas demandas de mercado, tais como o atendimento de brasileiros das classes C, D e E com capilaridade e preço acessível. A MAPFRE Brasil atua como fomentadora dessa cadeia de valor por meio da avaliação e orientação de colaboradores, corretores e fornecedores para que busquem o desenvolvimento de questões-chave socioambientais em seus negócios, de forma a garantir uma prestação de serviço com mais qualidade para a Empresa e para a sociedade.

Gestão de aspectos materiais GRI G4-18, G4-19, G4-20, G4-21 e G4-27

MATERIALIDADE

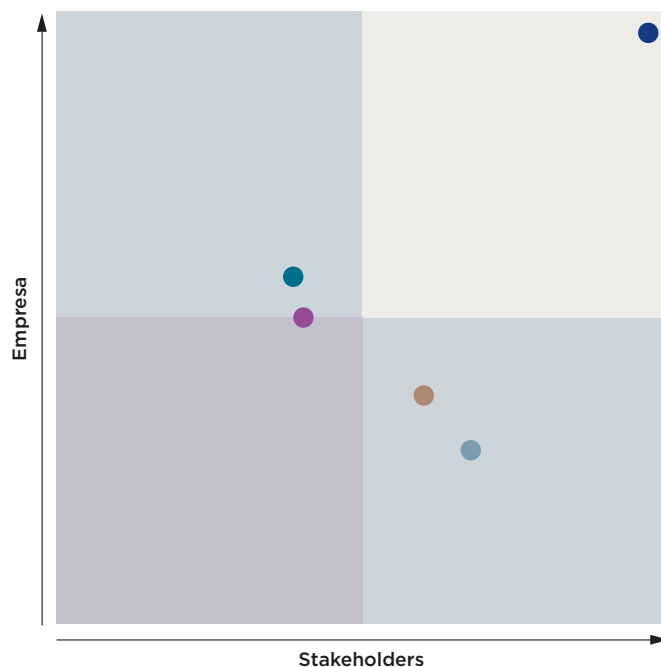
Para a definição do conteúdo deste relatório, a MAPFRE Brasil seguiu o princípio da materialidade, buscando incluir temas relevantes para a Empresa e para seus *stakeholders* e que, conseqüentemente, reflitam os principais impactos sociais, ambientais e econômicos de seus negócios.

Também foram promovidas diversas oportunidades de interação e diálogo com os *stakeholders* durante todo o ano, dentre os quais se destacam os encontros da Academia de Sustentabilidade e as reuniões com executivos, organizações sociais e entidades de classe, que forneceram subsídios para a construção da materialidade da Empresa e de suas unidades de negócio.

Os principais resultados desse trabalho anual serviram de subsídio para a condução de uma consulta a *stakeholders*, realizada no primeiro trimestre de 2014, que envolveu os principais *stakeholders* da MAPFRE Brasil: corretores, colaboradores e organizações sociais.

Dessa forma, a matriz de materialidade foi atualizada, reclassificando a relevância de cada tema para a MAPFRE Brasil e seus *stakeholders*.

A partir da análise dos dados coletados nas entrevistas e na consulta, foi elaborada a matriz de materialidade abaixo, que classifica a relevância de cada tema para a MAPFRE Brasil e seus *stakeholders*.



- Responsabilidade pelo meio ambiente
- Valor para Sociedade
- Engajamento de Stakeholders
- Responsabilidade pela Cadeia de Valor
- Comunicação e Transparência

Os principais tópicos e temas abordados, independentemente da ordem de importância, foram:

- > Mobilidade em grandes centros urbanos;
- > Garantia de acesso à cultura;
- > Riqueza econômica gerada e distribuída pela MAPFRE Brasil;
- > Estratégias de comunicação eletrônica com *stakeholders*;
- > Procedimentos anticorrupção;
- > Definição do propósito, dos valores e a estratégia da MAPFRE Brasil, em linha com objetivos de desenvolvimento sustentável;
- > Garantir ao cliente mais transparência e controle sobre os processos de sinistro;
- > Ações que promovam e incentivem saúde, segurança e qualidade de vida dos colaboradores;
- > Estímulo à diversidade e à igualdade de oportunidades no ambiente de trabalho;
- > Preparação para a aposentadoria;
- > Consolidação dos canais de comunicação para a realização de queixas e reclamações;
- > Avaliação socioambiental de fornecedores.
- > Responsabilidade pelo meio ambiente
- > Valor para a sociedade
- > Engajamento de stakeholders
- > Responsabilidade pela cadeia de valor
- > Comunicação e transparência

FORMAS DE GESTÃO

O modelo de gestão para a sustentabilidade da MAPFRE Brasil pode ser entendido de forma condensada nos seus dois objetivos: universalização do acesso ao seguro e desenvolvimento do mercado. No dia a dia, estes objetivos foram detalhados nas questões-chave socioambientais pertinentes para as diferentes áreas da Empresa e seus *stakeholders*.

Assim, a gestão ocorre em cada uma das 17 questões-chave anteriormente apresentadas. Em termos de relato, ao adotar neste ano o padrão GRI G4, a MAPFRE Brasil traduziu os objetivos estratégicos e as questões-chave em 24 aspectos materiais predefinidos pelo *framework* do GRI, que estão relacionadas aos seguintes aspectos materiais da GRI e aos dois objetivos principais da Empresa:

CATEGORIA	OBJETIVOS MAPFRE BRASIL	ASPECTO/INDICADOR GRI G4
ECONÔMICA	Desenvolvimento do mercado	Desempenho econômico G4-EC1 G4-EC2 G4-EC3 G4-EC4
	Universalização do seguro	Presença de mercado G4-EC5 G4-EC6
AMBIENTAL	Desenvolvimento do mercado	Energia G4-EN3 G4-EN4 G4-EN5 G4-EN6 G4-EN7
	Desenvolvimento do mercado	Emissões G4-EN15 G4-EN16 G4-EN17 G4-EN18 G4-EN19 G4-EN20 G4-EN21
	Universalização do seguro	Produtos e serviços G4-EN27 G4-EN28
	Desenvolvimento do mercado	Conformidade (ambiental) G4-EN29
	Desenvolvimento do mercado	Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a impactos ambientais G4-EN34
PRÁTICAS TRABALHISTAS	Desenvolvimento do mercado	Emprego G4-LA 1 G4-LA 2 G4-LA 3
	Desenvolvimento do mercado	Treinamento e educação G4-LA 9 G4-LA 10 G4-LA 11
	Desenvolvimento do mercado	Diversidade e igualdade de oportunidades G4-LA 12
	Desenvolvimento do mercado	Avaliação de fornecedores em práticas trabalhistas G4-LA 14 G4-LA 15
DIREITOS HUMANOS	Desenvolvimento do mercado	Investimentos G4-HR1 G4-HR2
	Desenvolvimento do mercado	Trabalho infantil G4-HR5
	Desenvolvimento do mercado	Trabalho forçado ou análogo ao escravo G4-HR6
	Desenvolvimento do mercado	Avaliação de fornecedores em direitos humanos G4-HR10 G4-HR11
	Desenvolvimento do mercado	Mecanismos de queixa e reclamações associados a direitos humanos G4-HR12
SOCIEDADE	Desenvolvimento do mercado	Combate à corrupção G4-SO3 G4-SO4 G4-SO5
	Desenvolvimento do mercado	Conformidade (social) G4-SO8
	Universalização do seguro	Políticas públicas G4-SO9 G4-SO10
	Desenvolvimento do mercado	Mecanismos de queixa e reclamações associados a impactos na sociedade G4-SO11
RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO	Universalização do seguro	Rotulagem de produtos e serviços G4-PR3 G4-PR4 G4-PR5
	Universalização do seguro	Comunicação e marketing G4-PR6 G4-PR7
	Universalização do seguro	Privacidade do cliente G4-PR8
	Desenvolvimento do mercado	Conformidade (produto) G4-PR9

Modelo de atuação para sustentabilidade GRI G4-56

O modelo de Gestão da Sustentabilidade da MAPFRE Brasil é focado no desenvolvimento de uma cultura socioambiental que protege e, ao mesmo tempo, gera valor para o meio ambiente, para a sociedade brasileira e para o negócio.

Para garantir que suas ações agreguem valor efetivo para o negócio e para a sociedade, a Empresa procura estabelecer e seguir uma estratégia sólida, orientada por políticas internas construídas a partir de conceitos sustentáveis, promover iniciativas alinhadas aos objetivos do negócio e, então, mensurar e divulgar seus resultados para todos os públicos, comprovando o valor gerado para todos os envolvidos.

Políticas, códigos de conduta e de ética, princípios empresariais e institucionais, missão, visão e valores são diretrizes que norteiam as atividades da MAPFRE Brasil para o crescimento e a perpetuação do negócio.

A implantação dos conceitos e da cultura corporativa é realizada a partir da capacitação dos colaboradores em assuntos técnicos, comerciais e corporativos, que visam à eficiência e ao desempenho de qualidade e são pautados por conceitos éticos e socioambientalmente responsáveis.

Em linha com seus valores e princípios, a Empresa também fortalece o seu posicionamento estratégico gerando valor para a sociedade e preparando colaboradores, corretores e fornecedores para uma atuação mais sustentável por meio das Academias de Sustentabilidade, que já beneficiaram mais de 1.800 pessoas.

Com base em seus valores e princípios, a MAPFRE Brasil disponibiliza na intranet, aos seus colaboradores, o Código de Ética, que fornece informações sobre missão, valores e princípios da Empresa, assim como as políticas corporativas específicas relacionadas a subscrição de riscos, prevenção de crimes de lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo e prevenção de fraudes.

Esses documentos norteiam todos os negócios, atividades e controles das operações da Empresa e são a principal referência de gestores e colaboradores em relação à corrupção. Em linha com os esforços internacionais e, particularmente, com os regulamentos editados no País, a MAPFRE Brasil mantém atualizados os estudos sobre os riscos relacionados a fraudes internas e externas, inclusive aquelas caracterizadas como relativas à lavagem de dinheiro.

Na estrutura vigente de controles internos específicos estão estabelecidas políticas de prevenção e cursos *e-learning* sobre o tema para o público interno, além de diversos canais de denúncias, procedimentos de identificação de clientes e normas de procedimentos e controles de monitoramento formalizadas para identificação, tratamento e, se for o caso, comunicação de operações suspeitas.

A adoção de um modelo diferenciado de atuação e gestão da sustentabilidade contribuiu para que a MAPFRE Brasil se consolidasse como uma das 60 empresas mais sustentáveis do País, conforme resultados do Guia Exame de Sustentabilidade 2013.



PRINCÍPIOS E PACTOS GRI G4-14, G4-15 e G4-16

Além de incorporar a sustentabilidade em suas decisões estratégicas, a MAPFRE Brasil segue princípios e acordos internacionais dos quais é signatária, como:

> Princípios para Sustentabilidade em Seguros (PSI), iniciativa do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente/ Iniciativa Financeira – Unep/FI (United Nations Environment Programme Financial Initiative) criada para nortear as práticas sustentáveis entre as empresas do setor de seguros e fornecer diretrizes globais para o desenvolvimento e a expansão de gerenciamento de riscos. Em 2013, participou do evento Unep FI – Finance Week, realizado em Beijing, na China, que reuniu as empresas signatárias do PSI, além de governos, reguladores, sociedade civil, academia e comunidade científica, para estimular ações em finanças e seguros sustentáveis.



> International Integrated Reporting Council (IIRC), iniciativa que prevê a disseminação de relatórios mais objetivos e abrangentes, em que os dados financeiros, os aspectos socioambientais e as práticas de gestão e governança são apresentados de forma harmônica e coerente entre si.

> Pacto Global, iniciativa desenvolvida pela ONU para mobilizar empresas a adotarem em suas práticas valores relacionados a dez princípios, dos quais a Empresa é signatária.

> Objetivos do Milênio, definidos em 2000 pela ONU como o conjunto dos oito maiores problemas mundiais, para serem trabalhados e atingidos até 2015 por todos os países.

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

Em 2013, aderiu ao Programa Brasileiro GHG Protocol, consolidando o seu posicionamento em prol da sustentabilidade global, garantindo transparência sobre informações relevantes para a sociedade e fortalecendo sua atuação em relação ao meio ambiente.

Ciente da importância do tema, a MAPFRE Brasil adota o princípio da precaução em diversas frentes. A atuação da Empresa em fóruns e discussões de assuntos nos quais tem *expertise* é uma das formas de contribuição para a sociedade. Além disso, estabelece uma estreita relação com o poder público para o desenvolvimento conjunto de programas e projetos, o que possibilita sua aproximação com os públicos de interesse e a formação de iniciativas com impacto positivo em relação ao desenvolvimento sustentável. A relação com o terceiro setor e com os governos municipais, estaduais e federal é apartidária e sujeita a critérios de seleção técnicos.

Um dos exemplos práticos desse posicionamento foi a adoção de critérios ASG (ambientais, sociais e de governança) na inspeção de riscos realizada para os clientes ligados aos seguros de Grandes Riscos e Massificados. Em 2013, foram realizadas 9.364 inspeções considerando esses critérios.

Além de ser associada a diversas instituições setoriais, a MAPFRE Brasil integra comissões técnicas específicas do segmento, conforme apresentado a seguir:

CNSeg (Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização)

- > Comissão de Ouvidoria – Couv
- > Comissão de Processos e Tecnologia da Informação – CPTI
- > Comissão de Relações de Consumo – CRC
- > Comissão de Microseguros e Seguros Populares – CMSP
- > Comissão de Investimentos – Cinv
- > Comissão de Administração e Finanças – CAF
- > Comissão Atuarial – CAT
- > Comissão de Recursos Humanos – CRH
- > Comissão de Controles Internos – CCI
- > Comissão de Resseguro – CR
- > Comissão de Assuntos Jurídicos – CAJ
- > Comissão de Assuntos Fiscais – Cafis
- > Comissão de Sustentabilidade – CS

FenaPrevi (Federação das Empresas de Previdência e Vida)

- > Comunicação, Marketing e Eventos
- > Produtos de Risco – CPR
- > Produto por Sobrevivência – CPS
- > Produtos Risco – CPR
- > Assuntos Jurídicos – CAJ FenaPrevi
- > Atuarial – CAT FenaPrevi
- > Comissão de Investimentos – CINVEST
- > Assuntos Contábeis e Fiscais – CCF

Fenseg (Federação Nacional de Seguros Gerais)

- > Assuntos Jurídicos Fenseg
- > Automóvel
- > Riscos Patrimoniais – Massificados
- > Garantia Estendida
- > Rural
- > Habitacional
- > Responsabilidade Civil Geral
- > Riscos de Engenharia
- > Riscos Patrimoniais – Grandes Riscos
- > Riscos Patrimoniais – Crédito e Garantia
- > Transportes
- > Resseguros Fenseg

Câmara Oficial Espanhola de Comércio no Brasil

- > Comissão de Sustentabilidade

ASSOCIAÇÕES

- > ABA (Associação Brasileira de Mídia)
- > Abac (Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios)
- > ABGR (Associação Brasileira de Gerência de Riscos)
- > ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas)
- > Abrarec (Associação Brasileira das Relações Empresa Cliente)
- > ABT (Associação Brasileira de Telesserviços)
- > Anbima (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais)
- > Câmara Oficial Espanhola de Comércio no Brasil
- > CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável)
- > CNSeg (Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização)
- > Fenaprevi (Federação das Empresas de Previdência e Vida)
- > Fenaseg (Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados e de Capitalização)
- > Fenseg (Federação Nacional de Seguros Gerais)
- > Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente
- > GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol)
- > IBHE (Instituto Brasileiro de Hospitalidade Empresarial)
- > PSI (Princípios para Sustentabilidade em Seguros)
- > Unep FI (United Nations Environmental Programme Financial Institutions)

Governança Corporativa GRI G4-34

O modelo de governança corporativa adotado pela MAPFRE Brasil é pautado pela adoção de princípios como ética e transparência nas informações e pelas diretrizes do “Código del Buen Gobierno”, válido para todas as empresas MAPFRE ao redor do mundo.

No Brasil, essa estrutura segue as características e particularidades de cada negócio em que a MAPFRE Brasil mantém participação. No GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE, a estrutura de governança corporativa é composta, em cada uma das SHs, de Conselho de Administração, Conselho Fiscal e Comitê de Auditoria.

A estrutura das empresas que compõem a MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS é formada pelo Conselho de Administração e por sete comitês: Auditoria, Riscos e Compliance, Gestão Comercial, Executivo, Infraestrutura e Operações, Pessoas e Estratégia Financeira. As decisões e reuniões são realizadas individualmente, com foco na atuação de cada empresa. O Comitê de Auditoria é formado em uma das sociedades e acompanhado pelas demais, com decisões e reuniões realizadas de forma individual, com foco em cada empresa.

A diversidade no processo de governança é garantida nos comitês, que contam com a participação de membros independentes e de mulheres em sua formação.

Além do estabelecimento de comitês formais, a MAPFRE Brasil conta com canais de comunicação para quaisquer situações de desvio de conduta, como suspeitas de fraudes internas e externas, irregularidades de natureza financeira ou contábil e descumprimento do Código de Ética. Essas situações são conduzidas por canais específicos como o Programa de Ouvidoria e Papo – POP e o Canal de Denúncia de Fraude e Ouvidoria.

Também possui uma área de Riscos e Compliance dedicada ao estabelecimento de rotinas e procedimentos que tem como principal objetivo identificar e evitar situações que possam configurar conflito de interesses. Todas as eventuais incidências em matéria de fraude e corrupção são tratadas no âmbito da Unidade de Auditoria Interna e do Comitê de Auditoria.

Na MAPFRE Brasil, o desempenho de todos os colaboradores e dos executivos está alinhado ao planejamento estratégico, que inclui metas específicas de sustentabilidade entre os seus *drivers*. Os cálculos de remuneração variável atuam em conjunto com esses *drivers*, em todas as áreas e unidades de negócio, e, anualmente, são feitas avaliações para verificar se as metas foram atingidas.

A avaliação da qualidade do conjunto de elementos que formam o sistema de controles internos (estabelecimento de objetivos estratégicos, gestão de riscos, 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 ao Conselho de Administração da *holding*, sob coordenação de um Comitê de Auditoria formado por conselheiros independentes. Cabe ainda à Auditoria Interna avaliar o cumprimento do “Código del Buen Gobierno”.

GESTÃO DE RISCOS

Como uma companhia seguradora, a principal atividade da MAPFRE Brasil é gerenciar e assumir riscos. E reduzir esses riscos, compartilhando com todos os envolvidos novas formas de prevenção e proteção, é uma atitude sustentável perseguida pela Empresa.

A atuação da MAPFRE Brasil é pautada pela disseminação de produtos e serviços de seguro, auxiliando seus clientes e parceiros no gerenciamento dos riscos envolvidos e na consolidação de uma cultura de proteção e sustentabilidade nos negócios.

A Empresa conta com um Sistema de Gestão de Riscos (SGR) baseado na gestão integrada de cada um dos processos de negócios e na adequação do nível de risco aos objetivos estratégicos estabelecidos. Os diferentes grupos de risco estão classificados em quatro categorias: operacionais, financeiros, da atividade seguradora e estratégicos e de governança corporativa. Nesse sistema, os riscos ambientais, sociais e de governança (ASG) estão distribuídos entre os riscos operacionais e os estratégicos e de governança corporativa.

Em seus processos internos, a MAPFRE Brasil procura incorporar questões que auxiliem na mitigação de riscos sociais e ambientais em sua estratégia. Para isso, conta com uma Política de Gestão Ambiental, que norteia sua atuação em relação ao meio ambiente, de maneira que os processos, atividades e serviços sejam realizados de forma a minimizar os impactos ambientais. Também desenvolveu um Projeto de Gestão Estratégica dos Fornecedores, que inclui uma avaliação do nível de sustentabilidade dos principais fornecedores, com o intuito de promover relacionamentos mais sustentáveis.

A estrutura de controles internos é formada por políticas de prevenção estabelecidas, cursos *e-learning* específicos sobre o tema para seus públicos interno e externo, canais de denúncias, procedimentos de identificação de clientes e formalizadas normas e procedimentos para controle, monitoramento, identificação, tratamento e, se for o caso, a comunicação de operações suspeitas. No Código de Ética, entre outras atitudes consideradas intoleráveis e sujeitas a penas disciplinares, está a execução de procedimentos duvidosos que venham a conflitar com as diretrizes éticas e com a conduta nos negócios. A avaliação dos riscos relacionados à corrupção abrange 100% dos gestores das cinco unidades de negócio.

Em relação aos riscos estratégicos e de governança corporativa, além do Código de Bom Governo, a MAPFRE Brasil possui um Código de Ética e de Conduta, que reflete os valores corporativos e seus princípios de atuação, e um Comitê de Ética responsável pela aplicação, supervisão e controle do código, o que contribui para minimizar os riscos nessa área.

Também conta com políticas corporativas específicas relacionadas a subscrição de riscos, prevenção de crimes de lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo e a prevenção de fraudes. Esses documentos norteiam todos os negócios, atividades e controles das operações da Empresa e são a principal referência para gestores e colaboradores em relação à corrupção.

O comitê de Riscos e Controles Internos tem por objetivo acompanhar e auxiliar a alta direção no processo de avaliação e decisão quanto aos riscos corporativos e controles internos, de acordo com as diretrizes estabelecidas pelo Conselho de Administração.

Em relação a *compliance* e gestão de riscos corporativos, o comitê identifica as convergências e as necessidades de implementação de processos baseados nas exigências legais e melhores práticas de mercado, mantendo permanente acompanhamento de exposições ao risco operacional global e propondo metodologias, tratamento e mecanismos a serem utilizados para avaliação, mensuração e mitigação desses riscos.



5

Gestão de Resultados Compartilhados

Resultados econômico-financeiros

GRI G4-EC1

Em 2013, a MAPFRE Brasil registrou um faturamento de R\$ 14,6 bilhões. Composto predominantemente por prêmios de seguros, contribuições de previdência, receitas com títulos de capitalização, receitas com taxa de administração de fundos de investimento e taxas de administração de consórcios, esse montante representa um crescimento de 20,6% em relação ao exercício de 2012.

O volume de provisões técnicas totalizou R\$ 13,9 bilhões no ano, um incremento de 26,3%, quando comparado ao ano anterior.

Esse desempenho permitiu que a MAPFRE Brasil apresentasse um lucro líquido de R\$ 417,3 milhões em 2013, com crescimento de 68,8% quando comparado ao resultado do ano anterior.

Ao fim do exercício, o patrimônio líquido da Empresa era de R\$ 7,2 bilhões.

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO (DVA)

Em 2013, o valor adicionado líquido à disposição da MAPFRE Brasil foi de R\$ 2.622,8 milhões. Esses recursos foram distribuídos da seguinte forma:

- R\$ 627,0 milhões – para a remuneração dos colaboradores, com a geração de empregos e investimentos em treinamento;
- R\$ 693,1 milhões – para o pagamento de impostos, contribuições, tributos e taxas;
- R\$ 200,4 milhões – dividendos distribuídos aos acionistas;
- R\$ 1.102,3 milhões – em valores retidos que foram incorporados ao patrimônio líquido dos acionistas, considerando a participação de acionistas minoritários.

DEMONSTRAÇÃO CONSOLIDADA DO VALOR ADICIONADO	2013	2012
RECEITA TOTAL COM IOF (RIQUEZA GERADA)	14.835.375	12.671.529
De prêmios de seguros + receitas operacionais de seguros + planos previdenciários + receitas operacionais de prev. complementar + planos capitalização + receitas operacionais de capitalização	14.658.122	12.150.294
(-) Cessões e repasses p/ congêneres	-599.204	-149.117
(+) Receitas financeiras	776.457	670.352
CUSTOS E DEVOLUÇÕES DE ATIVIDADE	-5.772.047	-5.117.299
Custo final da preservação da riqueza segurada (sinistros líquidos) + benefícios pagos e resgates + remuneração complementar aos planos previdenciários (excedente financeiro)	-5.772.047	-5.117.299
AUMENTO DAS RESERVAS E DA POUPANÇA ACUMULADA		
Aumento das reservas para preservação da riqueza segurada	-2.386.730	-1.839.068
VALOR ADICIONADO BRUTO	6.676.597	5.715.162
CUSTO DO VALOR ADICIONADO	-4.053.717	-3.681.282
(-) Comissões pagas aos corretores	-2.783.475	-2.507.256
(-) Serviços de terceiros	-264.250	-255.822
(-) Localização e funcionamento	-233.604	-178.573
(-) Outras despesas administrativas	-772.388	-739.631
VALOR ADICIONADO POR TERCEIROS	-39	18.606
Resultado não operacional		18.114
Valor adicionado recebido em transferência	-39	492
VALOR ADICIONADO À DISPOSIÇÃO DA MAPFRE BRASIL	2.622.842	2.052.486
DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO À DISPOSIÇÃO DA MAPFRE BRASIL		
REMUNERAÇÃO DO TRABALHO	627.016	550.515
Despesas com pessoal próprio	627.016	550.515
REMUNERAÇÃO DO GOVERNO	693.075	715.504
Tributos e contribuições (PIS, Cofins, CSLL, outros)	559.132	477.804
Impostos e taxas (IRPJ)	133.943	237.700
DIVIDENDOS	200.459	215.175
VALOR RETIDO	1.102.291	571.292
Incorporação ao patrimônio líquido	1.102.291	571.292
DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO À DISPOSIÇÃO DA MAPFRE BRASIL	2.622.842	2.052.486

VALORES EM MILHARES DE REAIS

FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO	2013	2012
FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Lucro operacional	1.622.557	1.270.834
Imposto de renda	(133.943)	(237.700)
Contribuição social	(130.837)	(192.455)
Participações sobre resultado	(55.026)	(54.211)
Lucro líquido do exercício	1.302.750	786.467
Depreciação	57.473	27.004
Amortização	206.356	211.426
Transferência amortização Combinação de Negócios	-	(56.563)
ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Variações das aplicações	(245.103)	(2.359.302)
Variações nos créditos das operações com seguros e resseguros	(1.488.082)	(1.125.720)
Variações nos créditos das operações com previdência complementar	(8.711)	(4.081)
Variações nos ativos de resseguro – provisões técnicas	(504.018)	(143.615)
Variações nos títulos e créditos a receber	(580.155)	(33.530)
Variações nos créditos tributários e previdenciários	233.290	(661.757)
Variações em depósitos judiciais	351	(461)
Variações nos outros valores e bens	956	(1.644)
Variações nos outros créditos	(4.639)	(149)
Variações em despesas antecipadas	(5.306)	46.157
Variações nos custos de aquisição diferidos	(440.404)	(314.830)
Variações em ativos não correntes disponíveis para venda	(67.301)	(48.146)
Variações em propriedades imobiliárias de investimento	842	(8.859)
Variações no contas a pagar	(58.406)	636.939
Variações nos débitos de operações com seguros e resseguros	897.446	675.173
Variações nos débitos de operações com previdência complementar	734	6.950
Variações nos depósitos de terceiros	251.425	(64.962)
Variações nas provisões técnicas – seguros	2.778.909	2.594.014
Variações nas provisões técnicas – previdência complementar	95.001	(223.766)
Variações de passivos financeiros	15.432	4.347
Variações em passivos diferidos	(792.146)	340.513
Variações em outros passivos	(158.103)	149.948
Caixa líquido consumido nas atividades operacionais	1.488.591	431.553
ATIVIDADES DE INVESTIMENTOS		
Investimento	24.581	312
Imobilizado	(56.166)	16.934
Intangível	132.992	(43.697)
Caixa líquido gerado (consumido) nas atividades de investimento	101.407	(26.451)
ATIVIDADES DE FINANCIAMENTOS		
Redução de capital	-	(72.021)
Efeitos acumulados de conversão	(305.412)	23.428
Aumento de capital em controladoras	21.000	-
Participação de sócios externos	(971.805)	(705.523)
Ajustes de avaliação patrimonial – TVM	(11.779)	(379)
Dividendos pagos	(200.459)	(215.175)
	(1.468.455)	(969.670)
AUMENTO (DIMINUIÇÃO) NAS DISPONIBILIDADES	121.544	(564.569)
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	254.270	818.839
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	375.814	254.270
AUMENTO (DIMINUIÇÃO) NAS DISPONIBILIDADES	121.544	(564.569)

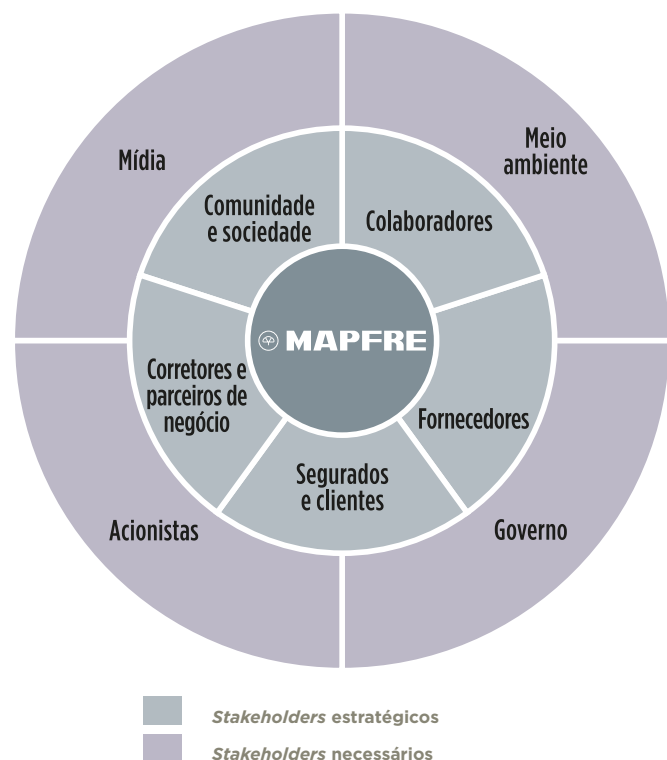
VALORES EM MILHARES DE REAIS

Resultados compartilhados por stakeholder GRI G4-24, G4-25 e G4-26

Para identificar os seus *stakeholders*, a MAPFRE Brasil utiliza como critério o envolvimento, direto ou indireto, mantido com esses públicos. A Empresa conta com um mapa de *stakeholders*, revisado anualmente, que evidencia e classifica essas partes interessadas em dois níveis:

- > **Stakeholders estratégicos** – colaboradores, fornecedores, segurados e clientes, corretores e parceiros de negócio, comunidade e sociedade.
- > **Stakeholders necessários** – meio ambiente, governo, acionistas e mídia.

MAPA DE STAKEHOLDERS



CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Para garantir uma comunicação aberta e transparente com seus *stakeholders*, a MAPFRE Brasil mantém canais de comunicação direto com seus colaboradores, corretores e fornecedores, que podem sugerir melhorias e inovações em diversas áreas.

A Empresa reconhece ainda a importância de ouvir a opinião de seus clientes, que podem entrar em contato pelo *call center* e via Fale Conosco, disponível no *site*. Todas as sugestões são analisadas e direcionadas para as áreas responsáveis, que avaliam a viabilidade de implementação. Durante o ano, foram registradas mais de 7 milhões de ligações nas Centrais de Relacionamento.

O relatório de sustentabilidade é outro importante veículo de comunicação anual com *stakeholders*. Em 2013, ele foi amplamente disseminado com o envio de exemplares para

100% dos executivos da Empresa, para 500 clientes e para as cem maiores empresas do País. Além disso, cerca de 10 mil pessoas acessaram o conteúdo *online* do relatório.

A MAPFRE Brasil desenvolve ainda uma forma de relacionamento inovadora, as Academias de Sustentabilidade, direcionadas aos seus principais *stakeholders*. Nesses encontros, os diferentes grupos participam de encontros presenciais para discussão de temas que envolvam os principais riscos e oportunidades envolvidos na indústria de seguros. Desde sua criação, 1.800 pessoas – entre colaboradores, corretores e fornecedores – foram beneficiadas com essa iniciativa e formadas para uma atuação mais sustentável.



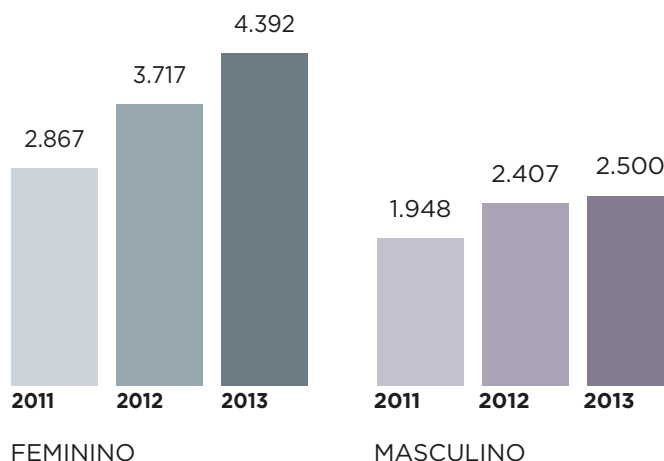
Academia de Sustentabilidade

COLABORADORES

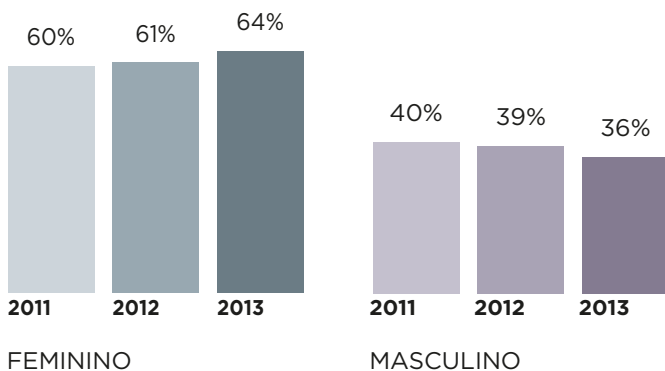
GRI G4-LA2, G4-LA3, G4-LA9, G4-LA10, G4-LA11, G4-10 e G4-11

A MAPFRE Brasil encerrou 2013 com 6.892 colaboradores, sendo 6.619 do GRUPO BB E MAPFRE e 273 da MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS. Desse total, 63,6% são mulheres e 36,4% são homens, todos registrados de acordo com a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). A Empresa conta com apenas um acordo de negociação coletiva firmado junto ao sindicato que abrange todos os colaboradores e refere-se à participação nos lucros. Neste acordo não estão cobertos os colaboradores da DG de Assistência e Pós Vendas, registrados no SINTETEL – Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações no Estado de São Paulo e também dos Presidentes e Diretores Estatutários. Inaugurado em 2012, o novo *call center* situado em São Carlos, interior de São Paulo, foi responsável por mais de mil contratações em 2013.

NÚMERO DE COLABORADORES



PARTICIPAÇÃO DE GÊNEROS NA FORÇA DE TRABALHO



Dentre os benefícios concedidos regularmente aos colaboradores que trabalham em período integral, destacam-se: seguro de vida, plano de saúde, auxílio-babá e creche, plano de previdência e licença-maternidade/paternidade. Em 2013, 275 colaboradores usufruíram a licença, sendo 174 mulheres e 101 homens. Destes, apenas uma mulher não retornou ao trabalho.

Os colaboradores contam ainda com canais de comunicação para relatar qualquer situação de desvio de conduta, que são conduzidas por canais específicos como o Programa de Ouvidoria e Papo (POP) e o Canal de Denúncia de Fraude e Ouvidoria.

DIVERSIDADE

Para reiterar o seu compromisso com a construção de uma cultura de respeito às diferenças, a MAPFRE Brasil realiza uma série de iniciativas voltadas à promoção da diversidade e inclusão social. A Empresa encerrou 2013 com 193 colaboradores com deficiência, que fazem parte do Programa de Inclusão, que avalia as condições físicas e de acessibilidade.



Workshop Diversidade

Além disso, conta com uma área de diversidade e responsabilidade social que desenvolve ações periódicas como *workshops* e reuniões para disseminar o conhecimento e a conscientização entre todos os colaboradores. Durante o ano, a Empresa participou de fóruns para conscientização da importância e do papel da inclusão no mercado de trabalho e de redes de empregadores para tratar de assuntos referentes ao tema, estreitando o contato com entidades sociais e ONGs

e desenvolvendo parcerias e planos para a contratação dessas pessoas.

Uma iniciativa criada em 2013 para reforçar o conceito de diversidade foi o Encontro de Executivas, um projeto inovador que promove a integração entre as executivas do GRUPO BB E MAPFRE e, ao mesmo tempo, promove discussões de temas relativos ao negócio, troca de ideias e experiências, garantindo, dessa forma, uma maior integração entre a liderança feminina da Empresa.



Encontro de Executivas

TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

Promover o desenvolvimento integral e estimular a aprendizagem contínua de seus colaboradores, valorizando sua contribuição para o crescimento do negócio, é um dos objetivos da MAPFRE Brasil.

Em 2013, o foco de atuação da Empresa foi direcionado para o desenvolvimento e a capacitação profissional dos colaboradores, o que resultou em um incremento de 40% na quantidade de horas de treinamento em comparação com o ano anterior, totalizando 52,8 h de treinamento por colaborador, em diferentes níveis e cargos.

O resultado desse posicionamento foi visível principalmente no GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE, onde o índice de satisfação medido pela pesquisa GPTW (Great Place to Work) alcançou a marca de 76% em 2013, colocando a empresa entre as 70 melhores do Brasil para se trabalhar.



Great Place to Work

As ações de treinamento e desenvolvimento oferecidas aos colaboradores abrangem temas técnicos, comerciais e corporativos, incluindo conceitos de prevenção, conduta, transparência e direitos humanos. Durante o ano, a Empresa também investiu em formação e treinamento dos colaboradores que fazem o atendimento aos clientes, para garantir o grau de satisfação desse público.

Uma das novidades do ano foi a elaboração e implantação do programa Trilha do Conhecimento, que traça um plano de desenvolvimento de acordo com o cargo e a área do colaborador. A Empresa não conta com nenhum programa estipulado para facilitar a continuidade da empregabilidade em caso de aposentadoria ou de rescisão de contrato de trabalho.

A MAPFRE Brasil também desenvolve ações de avaliação de desempenho, que envolvem todos os colaboradores em um processo anual de análise, sendo avaliados por seus gestores diretos por meio de um modelo de avaliação padrão utilizado pela Empresa: o Sistema de Gerenciamento de Desempenho (SGD). A avaliação é vinculada ao algoritmo utilizado para atingir as metas do negócio, de forma que todos os colaboradores participem ativamente do desenvolvimento da Empresa.

NÚMERO DE HORAS DE FORMAÇÃO		Nº HORAS
Por metodologia	Presencial	300.179,53
	E-learning	63.874,35
	TOTAL	364.053,88

NÚMERO DE HORAS DE FORMAÇÃO		Nº HORAS
Por conteúdo	Técnica	176.342,98
	Comercial	277,00
	Corporativa	187.433,90
	TOTAL	364.053,88

NÚMERO DE ASSISTÊNCIAS		Nº PARTICIPANTES
Por categorias	Administrativos	38.835
	Comerciais	1.854
	Alta direção	13
	Direção comercial	5
	Diretores	628
	Gestores	5.192
	Gestores comerciais	107
	Assistentes	137
	Técnicos	6.687
	Técnicos comerciais	0
	TOTAL	53.458

ACADEMIAS DE SUSTENTABILIDADE

Em linha com os seus valores e princípios, a MAPFRE Brasil fortalece o seu posicionamento estratégico gerando valor para a sociedade e preparando seus colaboradores para uma atuação mais sustentável por meio das Academias de Sustentabilidade.

Nesses encontros, os diferentes grupos participam de encontros presenciais para discussão de temas que envolvam os principais riscos e oportunidades envolvidos

na indústria de seguros e formas de aplicação dos conceitos de sustentabilidade na prática de seguros, previdência e capitalização.

Em 2013, foram promovidos três encontros da Academia de Sustentabilidade para a equipes das unidades de negócio de Grandes Riscos, Automóveis e Massificados, beneficiando 220 pessoas e identificando como o tema sustentabilidade se aplica de forma material em cada área e nos respectivos *stakeholders* de cada unidade. Essas ações reforçam o planejamento estratégico, que há três anos incorpora metas de sustentabilidade para todas as diretorias gerais.



Academia de Sustentabilidade - Unidade de Negócio Automóveis

AMBIENTE DE TRABALHO E QUALIDADE DE VIDA

A MAPFRE Brasil investe na adoção de práticas e programas para preservar o ambiente de trabalho e garantir a saúde e segurança de seus colaboradores. Em 2013, foram promovidas diversas ações nesse aspecto: equalização dos planos de saúde, previdência e seguro de vida oferecidos aos colaboradores; realização de campanhas nos andares, alertando os colaboradores sobre temas de conscientização ambiental como a coleta seletiva; e o estímulo à prática de exercícios físicos com ações promovidas no próprio ambiente de trabalho e por meio do apoio a eventos esportivos como a Corrida Vertical e a City Walk, com o sorteio de inscrições nesses eventos aos colaboradores.



City Walk

FORNECEDORES

GRI G4-12, G4-LA14, G4-LA15, G4-HR5, G4-HR6, G4-HR10 e G4-HR11

Em seu relacionamento com os fornecedores, a MAPFRE Brasil procura alinhar as práticas adotadas com as suas diretrizes de sustentabilidade, que incluem o cumprimento de leis e normas, o respeito aos direitos dos trabalhadores, uma atuação respeitosa perante o meio ambiente, a adoção de práticas responsáveis na cadeia de valor e o combate a qualquer forma de corrupção, entre outros cuidados.

A cadeia de valor formada por fornecedores ligados ao negócio conta com uma extensa rede de empresas de pequeno porte de serviços e assistência (guincho, chaveiro, eletricista e encanador), que, somadas, totalizam mais de 16 mil empresas. A MAPFRE Brasil também conta com os fornecedores institucionais (gráficas, distribuidores de materiais de escritório etc.), que, somados, totalizam aproximadamente 1.800 empresas.

De acordo com normas internas vigentes, os fornecedores contratados são homologados, em um processo que acontece a partir da verificação de irregularidades existentes nos órgãos municipais, estaduais e federais.

Em 2013, não foi registrada nenhuma reclamação relacionada a impactos negativos significativos reais e potenciais para as práticas trabalhistas na cadeia de fornecedores, nem sobre operações e fornecedores com risco para a ocorrência de casos de trabalho infantil ou trabalho forçado ou análogo ao escravo. Em todos os contratos há a cláusula sobre direitos humanos e meio ambiente.

A MAPFRE Brasil também procura investir em ações que promovam o relacionamento com esse público. Para isso, foi lançada em 2013 a revista *SIM - Rede de Serviços*, uma publicação trimestral criada para consolidar um canal de comunicação crescente e contínuo com os prestadores de serviço.



Durante o ano, a Empresa participou da criação do Manual de Compras Sustentáveis, desenvolvido pelo Grupo de Trabalho de Compras do CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável). Elaborado no segundo semestre de 2013, esse material foi criado com o objetivo de oferecer aos profissionais da área de compras uma ferramenta prática e complementar para a tomada de decisão, com o diferencial de incorporar critérios de sustentabilidade na seleção de fornecedores.

E, em continuidade à implantação do Modelo de Gestão Estratégica de Fornecedores, a MAPFRE Brasil promoveu em 2013 uma pesquisa quantitativa com os 50 principais fornecedores para verificar a aderência da sustentabilidade no dia a dia desses parceiros. A iniciativa foi realizada pelo instituto de pesquisa IBOPE, que procurou investigar a existência de diretrizes de sustentabilidade aplicadas no negócio desse público e como essas diretrizes estão estruturadas dentro dessas empresas.

Para garantir a veracidade das informações e a transparência nas respostas, a pesquisa foi feita pelo método Blind, em que os participantes não sabem quem é o contratante da pesquisa (nesse caso, a MAPFRE Brasil). Entre os principais resultados e aprendizados verificados com as respostas, destacam-se os seguintes aspectos:

- > Mais da metade dos fornecedores da Empresa estão familiarizados com as práticas de sustentabilidade, apesar de apenas 35% publicarem um relatório de sustentabilidade;
- > A MAPFRE Brasil foi a segunda empresa mais associada à sustentabilidade no segmento de bancos e seguradoras;
- > Apenas 36% das empresas entrevistadas possuem uma área estruturada de sustentabilidade.

COMO A AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES CONSTRÓI VALOR PARA A EMPRESA E A SOCIEDADE



CLIENTES

GRI G4-PR5, G4-PR6, G4-PR7, G4-PR8 e G4-PR-9

Além de oferecer produtos e serviços de qualidade, a MAPFRE Brasil se preocupa em construir relações sustentáveis com os diferentes grupos de clientes.

Um dos compromissos com esse público está focado na orientação para que busquem produtos e serviços mais adequados às suas necessidades. Para isso, a Empresa orienta e fornece todas as informações necessárias para a melhor decisão final, que é tomada pelo cliente.

No momento do investimento em serviços financeiros, é feita a análise do perfil de cada cliente, a partir de uma lista de perguntas que geram uma pontuação, e, de acordo com os resultados, é apresentada uma série de produtos adequados ao perfil de cada pessoa. E, caso o cliente decida fazer um investimento mais arrojado em relação ao seu perfil, ele assume esse posicionamento assinando um termo de compromisso para confirmar que está ciente do risco assumido.

Durante o ano, foram realizados levantamentos sobre a satisfação de clientes, nos segmentos de Previdência e Capitalização. Os resultados da avaliação geral levantada na 3ª Pesquisa Anual, realizada com clientes de alta renda de Previdência, superou a edição anterior, passando de 8,28 para 8,47. Em Capitalização, a pesquisa de satisfação de clientes e consumidores realizada durante o ano apontou resultados positivos, de 86% de aceitação.

No segmento de Automóveis, foram desenvolvidas ferramentas para facilitar o atendimento aos clientes em casos de sinistro, como a perícia *online*, que permite a realização da vistoria de sinistro com as fotos enviadas pelo cliente no momento do aviso do sinistro, e o acompanhamento de sinistros pela *web*, que possibilita aos clientes acompanhar e fazer alterações nas agendas de sinistros, garantindo mais agilidade e assertividade na informação.

Todos os canais de atendimento a clientes da MAPFRE Brasil contam com o Probare Selo de Ética - Programa Brasileiro de Auto-Regulamentação (call center/contact center/help desk /SAC/telemarketing), certificado em 2010 e com renovação prevista para 2014.

A MAPFRE Brasil cumpre todas as diretrizes dos Estatutos Sociais do Conar e do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e, em 2013, não registrou nenhuma multa por descumprimento dessas legislações. A Empresa não comercializa produtos proibidos ou contestados pelo mercado e, durante o ano, não foi registrado nenhum caso de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações nem queixas comprovadas relativas a violação de privacidade e perda de dados de clientes, uma vez que a Empresa conta com políticas e normas referentes à segurança da informação dos dados dos clientes.

CORRETORES E PARCEIROS DE NEGÓCIO

A MAPFRE Brasil procura manter com os seus corretores uma relação de parceria, para oferecer aos seus clientes produtos e serviços de qualidade e adequados às suas reais necessidades. Esse público também é visto como um importante aliado da Empresa para disseminar conceitos de sustentabilidade para toda a cadeia de valor.

A Empresa promove campanhas de incentivo e promoções direcionadas aos parceiros comerciais, como uma forma de fortalecer o relacionamento, incentivar as vendas e reconhecer as atividades desenvolvidas por esses profissionais.

Além disso, investe na capacitação e no desenvolvimento desse público, com a realização de treinamentos e cursos de aperfeiçoamento. Um dos destaques do ano foi o curso de sucessão familiar, realizado em parceria com a Fundação Dom Cabral, que resultou em 17.296 horas de treinamento. Outra iniciativa foi a padronização e informatização do atendimento da equipe comercial, com aumento da produtividade e ampliação do número de visitas mensais.

Disseminar conceitos e informações entre os seus corretores e parceiros comerciais também faz parte do posicionamento da Empresa, que em 2013 iniciou o 1º Ciclo de Palestras sobre Seguro Rural e Sustentabilidade, em parceria com a Funenseg (Escola Nacional de Seguros). Para disseminar a cultura do Seguro Rural e seus benefícios para esse público, foram realizados dois eventos, em Campinas (SP), com 56 participantes, e em Goiânia (GO), com 39 participantes, beneficiando um total de quase cem pessoas. A partir do tema "Os desafios do agronegócio", os seminários apresentaram as diferentes soluções em seguros existentes para o Seguro Rural, mostrando de que forma esse produto pode contribuir para a expansão sustentável da cadeia produtiva brasileira.



Ciclo de Palestras sobre Seguro Rural e Sustentabilidade

Em 2013, também foram desenvolvidas duas campanhas de comunicação com o objetivo de conscientizar e capacitar os corretores e parceiros de negócio a adotarem uma postura mais sustentável em seu dia a dia. Dentre elas, destacam-se:

> **Hora do Planeta** – Além de apoiar a iniciativa internacional Hora do Planeta apagando as luzes de seu edifício-sede, em São Paulo, e sucursais, a MAPFRE Brasil promoveu ações de divulgação para incentivar a participação de seus *stakeholders* (colaboradores, corretores e fornecedores), disseminando informações para cerca de 23 mil pessoas.



Hora do Planeta

> **Dia do Meio Ambiente** – Em comemoração ao Dia Mundial do Meio Ambiente, foi criada uma campanha para os corretores e colaboradores, estimulando a mudança de atitude e de comportamento com o tema “Pensar. Comer. Preservar – Diga não ao desperdício”. A ação estava alinhada às diretrizes internacionais do Pacto Global, da ONU, do qual a MAPFRE Brasil é signatária.

COMUNIDADE E SOCIEDADE

GRI G4-HR1, G4-SO3, G4-SO4 e G4-SO5

A MAPFRE Brasil procura manter uma atuação ética e socialmente responsável em seu relacionamento com a sociedade, respeitando as leis e os acordos nacionais e internacionais vigentes.

Em todos os contratos da Empresa há uma cláusula sobre direitos humanos e meio ambiente. Além disso, 100% das operações são submetidas a avaliações de riscos relacionados a corrupção e riscos significativos, como subscrição de riscos, prevenção de crimes de lavagem de dinheiro e prevenção de fraudes.

A Empresa também investe na comunicação e no treinamento de sua equipe em políticas e procedimentos de combate à corrupção, disponibilizando via intranet a todos os colaboradores o Código de Ética, que traz a missão, os valores e os princípios do Grupo MAPFRE, assim como as políticas corporativas específicas relacionadas à subscrição de riscos, à prevenção de crimes de lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo e à prevenção de fraudes.

Para fornecedores, os contratos e processos de seleção levam em consideração questões relacionadas à corrupção, como lavagem de dinheiro e prevenção de fraudes, seguindo as indicações da Circular Susep 445 e da Lei 9.613 e suas atualizações. Para a formação desse público, a Empresa mantém ainda o Centro de Formação MAPFRE, que oferece cursos *e-learning* de Prevenção a Fraudes, Lavagem de Dinheiro e Financiamento ao Terrorismo, com emissão de Declaração de Conclusão.

A MAPFRE Brasil conta com canais de comunicação para quaisquer situações de desvio de conduta, como suspeitas de fraudes internas e externas, irregularidades de natureza financeira ou contábil e descumprimento do Código de Ética. Além de queixas referentes a práticas trabalhistas, meio ambiente e assédio moral. Essas situações são conduzidas por canais específicos, como o Programa de Ouvidoria e Papo – POP – e o Canal de Denúncia de Fraude e Ouvidoria.

A Empresa também conta com uma área de Riscos e Compliance, dedicada ao estabelecimento de rotinas e procedimentos e que tem como principal objetivo identificar e evitar situações que possam configurar conflito de interesses. Todas as eventuais incidências em matéria de fraude e corrupção são tratadas no âmbito da Unidade de Auditoria Interna e do Comitê de Auditoria.

Em linha com os esforços internacionais e, particularmente, com os regulamentos editados no Brasil, a Empresa mantém atualizados os estudos sobre os riscos relacionados a fraudes internas e externas, inclusive aquelas caracterizadas como relativas à lavagem de dinheiro. Na estrutura vigente de controles internos específicos, há estabelecidas políticas de prevenção, cursos *e-learning* específicos sobre o tema para seu público interno, diversos canais de denúncias, procedimentos de identificação de clientes e formalizadas normas de procedimentos e controles de monitoramento para a identificação, o tratamento e, se for o caso, a comunicação de operações suspeitas.

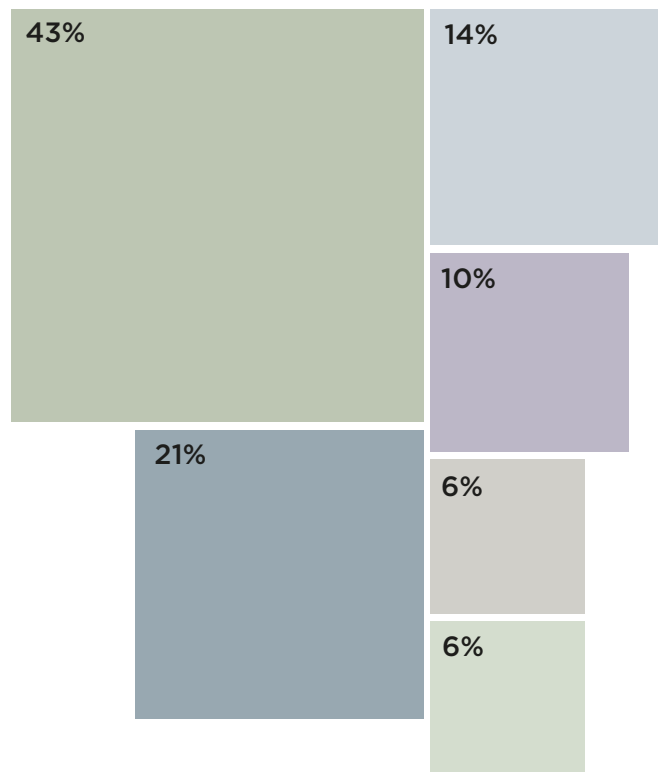
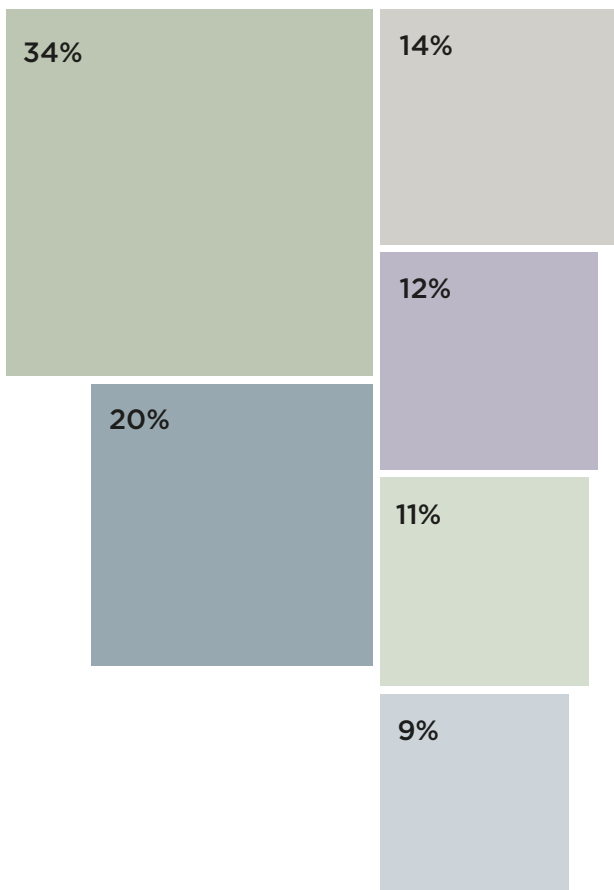
Em 2013, 5.770 colaboradores concluíram os cursos obrigatórios de Controles Internos e 6.004 concluíram os cursos, também obrigatórios, de Prevenção de Lavagem de Dinheiro. Na MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS, 176 colaboradores participaram, em 2013, do treinamento obrigatório sobre prevenção à lavagem de dinheiro, prevenção a fraudes e controles internos.

INVESTIMENTOS SOCIOCULTURAIS

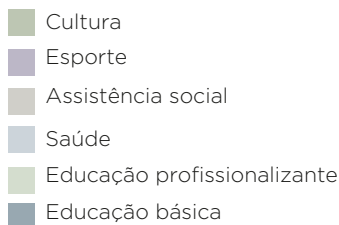
A MAPFRE Brasil adota uma estratégia de apoio institucional que incentiva a realização de projetos socioculturais capazes de promover uma transformação positiva na sociedade. Em 2012, foi desenvolvida uma política de investimentos socioculturais e, em 2013, foi implantado um processo de gestão de resultados gerados para as causas em que a Empresa atua: fomento à cultura, educação básica, educação profissionalizante, saúde, assistência social e esporte.



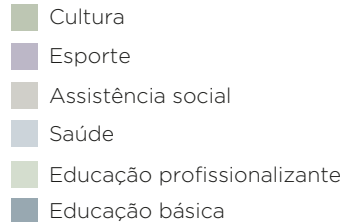
Ação Comunitária (projeto sociocultural)



PROJETOS POR FOCO DE ATUAÇÃO



VALOR INVESTIDO POR FOCO DE ATUAÇÃO



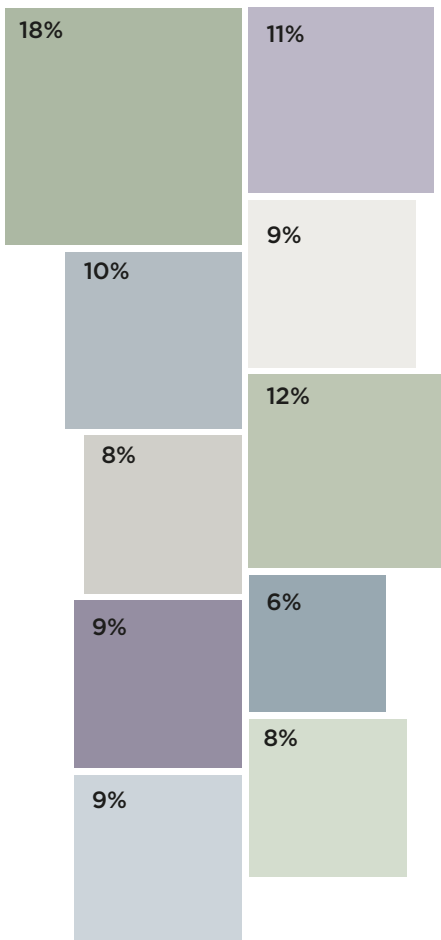
Em 2013, foram apoiados 53 projetos, desenvolvidos por 42 instituições em todo o Brasil, que beneficiaram mais de 3 milhões de pessoas. Na área da saúde, destaca-se o trabalho do Cine Maior Idade na discussão do paradigma do envelhecer na sociedade, com parcerias com academias, terceiro setor, governo e outras empresas.

Um dos destaques entre as iniciativas culturais promovidas em 2013 foi a exposição Mestres do Renascimento: obras-primas italianas, que levou mais de 380 mil visitantes às salas do Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB) de São Paulo e de Brasília.



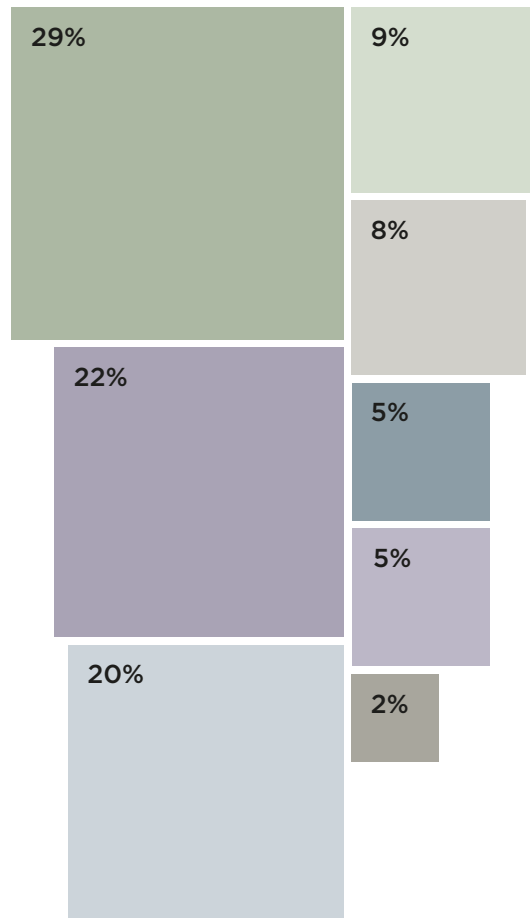
Exposição Mestres do Renascimento

O conjunto dos investimentos socioambientais fortalecem o compromisso da Empresa com pactos e princípios internacionais, tais como Pacto Global da ONU e Objetivos do Milênio, conforme demonstrado nos gráficos que seguem:



DISTRIBUIÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO DOS PROJETOS PARA O PACTO GLOBAL

- **PG1:** Respeitar os direitos humanos
- **PG2:** Assegurar a não participação das empresas em violações de direitos humanos
- **PG3:** Apoiar a liberdade de associação
- **PG4:** Eliminar o trabalho forçado
- **PG5:** Erradicar o trabalho infantil
- **PG6:** Estimular a eliminação de discriminação no emprego
- **PG7:** Assumir uma abordagem responsável para os desafios ambientais
- **PG8:** Desenvolver iniciativas de responsabilidade socioambiental
- **PG9:** Incentivar tecnologias ambientalmente responsáveis
- **PG10:** Combater a corrupção



DISTRIBUIÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO DOS PROJETOS PARA OS OBJETIVOS DO MILÊNIO

- Todo mundo trabalhando pelo desenvolvimento
- Qualidade de vida e respeito ao meio ambiente
- Combater a aids, a malária e outras doenças
- Melhorar a saúde das gestantes
- Reduzir a mortalidade infantil
- Igualdade entre sexos e valorização da mulher
- Educação básica de qualidade para todos
- Acabar com a fome e a miséria

OBJETIVOS DO PACTO GLOBAL



OBJETIVOS DO MILÊNIO



MEIO AMBIENTE

GRI G4-EC2, G4-EN3, G4-EN4, G4-EN5, G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN18, G4-EN19, G4-EN20, G4-EN21, G4-EN27, G4-EN28, G4-EN29 e G4-EN34

O cuidado com o meio ambiente está presente no dia a dia da MAPFRE Brasil, que promove diversas iniciativas para garantir a preservação ambiental na realização de suas atividades. Em seu compromisso com o meio ambiente, a Empresa possui metas e desafios para avançar nas práticas de gestão sustentável, com impacto em toda sua cadeia de valor. Graças a esse posicionamento, não foram registradas em 2013 queixas ou reclamações relacionadas a impactos ambientais.

ENERGIA

Em 2013, o consumo de diesel nos edifícios ocupados pela MAPFRE Brasil em São Paulo totalizou 147,15 GJ (giga-joules). O consumo de combustível para abastecimento da frota própria totalizou R\$ 6.360.621,00. Durante o ano, não foi registrado consumo de combustíveis oriundos de fontes renováveis.

O consumo de eletricidade totalizou 11.441,56 GJ (giga-joules) em 2013. Esse número refere-se apenas ao consumo de energia dos andares ocupados pela MAPFRE Brasil em São Paulo, sem considerar as áreas comuns. Não foi registrada venda de energia elétrica, aquecimento, vapor ou refrigeração durante o ano pela Empresa. Apesar de atuar e engajar os integrantes de sua cadeia de valor, a MAPFRE Brasil não mensura a energia utilizada por seus fornecedores. A MAPFRE Brasil também não mensura a energia consumida fora da organização.

Em 2013, foi mantido um projeto piloto de eficiência energética, com a adoção de lâmpadas LED (Light Emitting Diode), que contribuiu para a redução no consumo de energia elétrica em um dos edifícios da Empresa.

Outra iniciativa criada nesse quesito foi o projeto Anjos da Guarda, lançado em 2012 pelo GRUPO BB E MAPFRE. A iniciativa consiste no rápido envio do serviço de socorro mecânico e de apoio técnico ao segurado por meio de profissionais qualificados a prestar os primeiros serviços de assistência, utilizando bicicletas elétricas. Além de auxiliar nas questões da mobilidade urbana e do meio ambiente, com diminuição do combustível utilizado, o projeto reforça a preocupação da Empresa com a qualidade do atendimento ao cliente. Atualmente, estão disponíveis 30 bicicletas para o projeto, que, desde o seu lançamento, já realizou 830 atendimentos.



Anjos da Guarda

EMISSÕES

Ciente de que as mudanças climáticas já extrapolaram o âmbito da ciência e hoje fazem parte do cotidiano da sociedade, a MAPFRE Brasil aderiu em 2013 ao Programa Brasileiro GHG Protocol. Desenvolvido nos Estados Unidos em 1998 pelo World Resources Institute (WRI), o GHG Protocol é a metodologia mais utilizada mundialmente por empresas e governos para a realização de inventários de GEE. Em 2014, será publicado o primeiro inventário de GEE da MAPFRE Brasil, com ano-base de 2013.

Com essa iniciativa, a MAPFRE Brasil consolida o seu posicionamento em prol da sustentabilidade global, garantindo transparência sobre informações relevantes para a sociedade e fortalecendo sua atuação em relação ao meio ambiente. A abordagem de consolidação escolhida para as emissões é a de controle operacional, e os fatores de emissão são: CO₂ (kg/un), CH₄ (kg/un) e N₂O (kg/un).

Em relação às emissões diretas (**Escopo 1**), os resultados levantados pela Empresa (em toneladas métricas) no ano de 2013 foram:

- > Combustão estacionária – Emissões totais em CO₂ equivalente: 7,665241 / biomassa: 0,358
- > Combustão móvel – Emissões totais em CO₂ equivalente: 4.308,086056 / biomassa: 703,827
- > Emissões fugitivas – Não houve consumo em 2013.
- > Total - Emissões totais em CO₂ equivalente: 4.315,751297 / Biomassa: 704,185

Em relação às emissões diretas (**Escopo 2**), os resultados levantados pela Empresa (em toneladas métricas) no ano de 2013 foram:

> Aquisição de energia elétrica - Emissões totais em CO2 equivalente: 297,605379

Em relação às emissões diretas (**Escopo 3**), os resultados levantados pela Empresa (em toneladas métricas) no ano de 2013 foram:

> Resíduos gerados nas operações - Emissões totais em CO2 equivalente: 134,426366

> Viagens a negócio - Emissões totais em CO2 equivalente: 2.039,821911

> Total de emissões - Emissões totais em CO2 equivalente: 2.174,248277

PRODUTOS COM FOCO AMBIENTAL

A MAPFRE Brasil também conta com produtos e serviços de assistência capazes de gerar valor ambiental e incentivar a adoção de práticas sustentáveis. No segmento de Grandes Riscos, conta com o RC Danos Ambientais, que procura minimizar os danos relativos a contaminação por vazamento ou acidentes com substâncias perigosas ou contaminantes.

No Seguro Rural, outro produto com esse enfoque é o Seguro Floresta ABC, com cobertura para riscos climáticos de

florestas, que tem impacto ambiental por ser derivado de uma linha de crédito do Banco do Brasil destinada à agricultura de baixo carbono. Os contratos dessa linha de crédito do programa Agricultura de Baixo Carbono (ABC) firmados desde o Plano Agrícola e Pecuário 2010/2011 impulsionaram o lançamento de um seguro específico para o segmento florestal, um dos mais importantes da cadeia do agronegócio, para reduzir o carbono da atmosfera.

Em Massificados, foram lançadas as coberturas sustentáveis no Seguro Residencial, com serviços focados na preservação do meio ambiente, como o descarte inteligente de móveis e equipamentos e a Consultoria Ambiental.

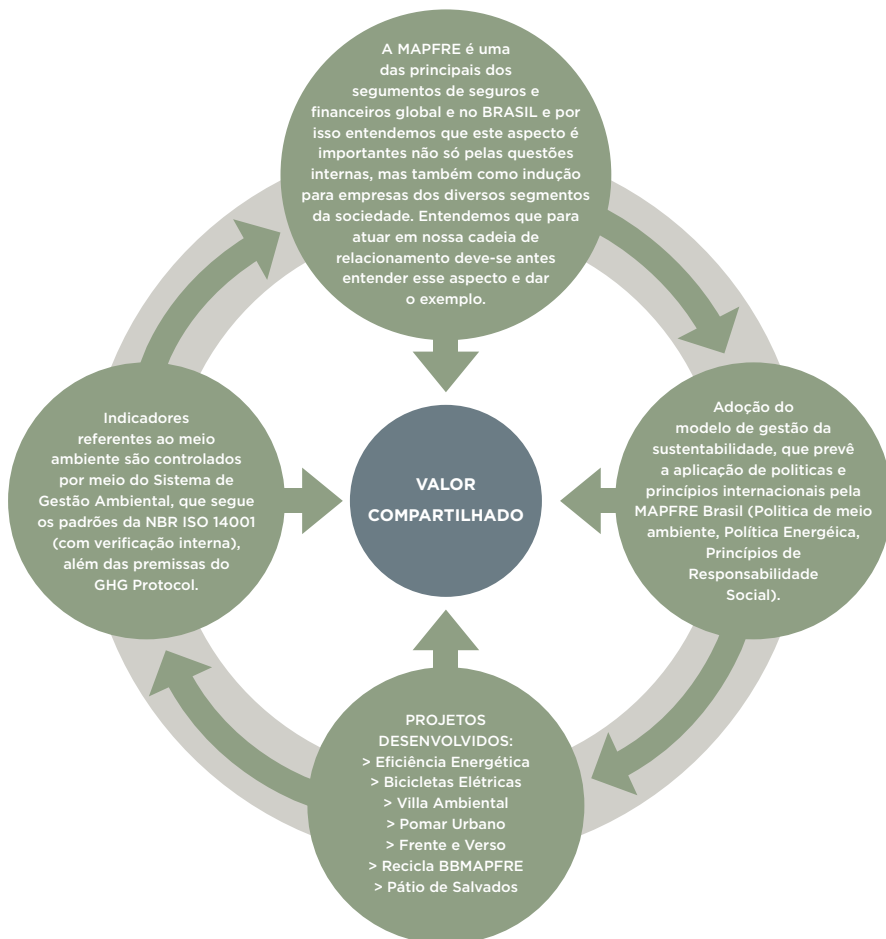
PROJETOS DE ECOEFICIÊNCIA

Para fortalecer o seu posicionamento socioambiental, a MAPFRE Brasil investe ainda na revisão de processos internos e no desenvolvimento de programas de ecoeficiência que agreguem valor ao negócio e se traduzam em ganhos para o meio ambiente e, conseqüentemente, para a sociedade. Os principais projetos desenvolvidos em 2013 nesse quesito foram:

> Projeto Frente e Verso, iniciativa que mudou o padrão das impressoras, viabilizando uma economia de 2.201.428 mil folhas em 2013;

> Recicla MAPFRE, que aumentou a arrecadação de pilhas e baterias, alcançando a marca de 318 kg no ano.

COMO A EMPRESA CONSTRÓI VALOR AO DESENVOLVER GESTÃO AMBIENTAL









6

Desempenho MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS

Apresentação **GRI G4-9 e G4-56**

Com uma atuação focada nos segmentos de Previdência e Vida Resgatável, Investimentos, Capitalização e Consórcios, a MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS é formada por diferentes empresas que seguem uma estrutura única de governança corporativa e gestão administrativa, financeira e operacional e que não integram o acordo de parceria com o Banco do Brasil.

Além de uma equipe de 273 colaboradores, conta com uma estrutura composta de 127 sucursais próprias, 18 diretorias territoriais e uma ampla rede de distribuição, que garantem o atendimento aos seus mais de 63 mil clientes (pessoas físicas e jurídicas).

Em 2013, recebeu autorização da ANS (Agência Nacional de Saúde Suplementar) para atuar no segmento de Seguros de Saúde, o que culminou com a criação da MAPFRE Saúde S.A. Prevista para entrar em operação em 2014, a partir de um piloto com a carteira de colaboradores da MAPFRE, a atuação da empresa estará focada no segmento corporativo com um posicionamento direcionado para prevenção e qualidade de vida, em um conceito mais amplo, de gestão da saúde.

VISÃO

A MAPFRE quer ser a seguradora global de confiança.

MISSÃO

Somos uma equipe multinacional que trabalha para avançar constantemente no serviço de desenvolver a melhor relação com os nossos clientes, distribuidores, fornecedores, acionistas e sociedade.

VALORES

Solvência – Força financeira com resultados sustentáveis. Diversificação internacional e consolidação nos diferentes mercados.

Integridade – A ética rege o comportamento de todas as pessoas. Enfoque socialmente responsável em todas as nossas atividades.

Vocação de Serviço – Busca permanente da excelência no desenvolvimento de nossas atividades. Iniciativa contínua orientada ao cuidado da relação com o cliente.

Inovação para Liderança – Vontade de superação e melhoria constante. Tecnologia útil a serviço dos negócios e de seus objetivos.

Equipe Comprometida – Envolvimento pleno da equipe com o projeto da MAPFRE. Desenvolvimento e formação constante das capacidades e habilidade da equipe.

Desempenho de mercado

Pelas próprias características do negócio, focado na oferta de produtos e soluções de acumulação financeira, a MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS teve de enfrentar uma série de fatores externos, como a alta volatilidade e a variação das taxas de juros, que impactaram diretamente o desempenho de alguns segmentos.

Em Previdência, apesar da instabilidade aliada às mudanças regulatórias ditadas pelo governo para o setor, o volume de negócios foi mantido, com crescimento de 9,5% em provisões técnicas, a conquista de uma posição no *ranking* geral do mercado (14ª colocação) e uma produção total de R\$ 443,6 milhões (inclui contribuições periódicas, aportes e portabilidades recebidas).

Em decorrência das perdas registradas, a MAPFRE Investimentos encerrou o ano com um volume de recursos sob gestão de R\$ 6 bilhões e um volume total captado de R\$ 250 milhões no período.

Com desempenho positivo, o segmento de Capitalização registrou uma evolução de 75,8% nas reservas técnicas. E a operação de Consórcio, que foi iniciada em junho de 2013, atingiu o volume de R\$ 80,4 milhões de cartas de crédito vendidas ao fim do período.

Previdência

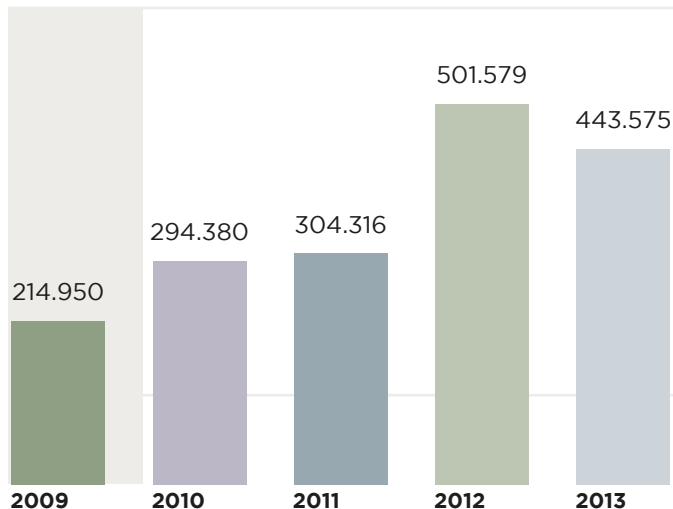
O ano de 2013 foi um período de desafios para o segmento de Previdência Complementar Aberta no Brasil, que foi marcado pela instabilidade das taxas de juros, com reflexo direto na atratividade desse tipo de investimento. Além disso, as mudanças regulatórias editadas afetaram a rentabilidade dos planos de previdência, que apresentaram volatilidade durante todo o ano. Como consequência, a arrecadação começou a cair e os resgates aumentaram, gerando em muitos períodos “captação negativa” para o mercado.

Mesmo diante desse cenário, as provisões técnicas de seguros e previdência complementar da MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS cresceram 9,5% em 2013, encerrando o exercício com saldo de R\$ 2,3 bilhões. A produção total, que inclui contribuições periódicas, aportes e portabilidade recebidas, totalizou R\$ 443,6 milhões no ano e, em dezembro de 2013, a estrutura patrimonial foi reforçada com um aumento de capital no montante de R\$ 21 milhões.

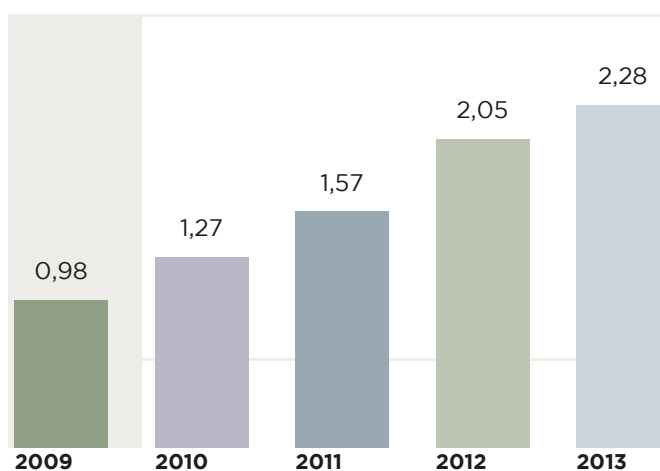
Esse desempenho é resultado do posicionamento adotado pela empresa, que mantém uma relação de proximidade com o cliente e que, nesse período de incertezas, foi fortalecida por um trabalho de comunicação e informação sobre os riscos e desafios do cenário macroeconômico vivenciado em 2013.

A assertividade dessa estratégia foi confirmada, inclusive, nos resultados levantados na 3ª Pesquisa Anual, realizada com clientes de alta renda, cuja avaliação geral superou os resultados da edição anterior, passando de 8,28 para 8,47. Esse resultado, que é o melhor alcançado nesse perfil de cliente, ganha ainda mais significado em decorrência do cenário adverso em que foi conquistado.

PRODUÇÃO TOTAL prêmios, contribuições e portabilidades externas de entrada (em R\$ mil)



RESERVA TOTAL (em R\$ bilhões)



ALINHAMENTO AOS OBJETIVOS DA MAPFRE BRASIL

> Desenvolvimento do mercado

Para disseminar informações sobre as demandas da sociedade entre sua rede de distribuição, a MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS tem investido em atividades de educação financeira para o mercado de previdência com a realização de palestras para clientes e corretores sobre o envelhecimento e todos os aspectos relacionados a essa nova etapa de vida.

> Universalização do acesso

Incentivar o acesso de grupos específicos aos produtos de seguros, criando condições especiais de aquisição, também faz parte do posicionamento da MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS. Em 2013, foi realizado um trabalho em parceria com o Sincor-SP (Sindicato dos Corretores de Seguros no Estado de São Paulo) para disseminar informações sobre previdência aos corretores e incentivar a aquisição do produto. Como resultado dessa ação, houve o registro de mais de 1,2 mil adesões aos planos de previdência da empresa, entre os meses de abril e dezembro.

Investimentos

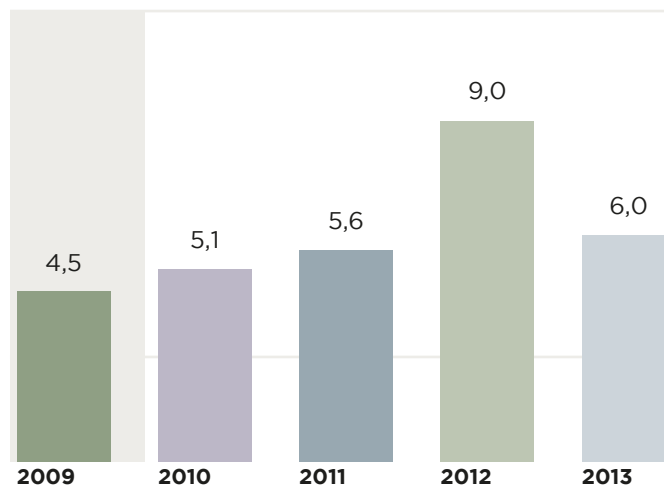
O desempenho do mercado de gestão de recursos também foi afetado pelo cenário macroeconômico de 2013, marcado pela alta volatilidade e pela variação das taxas de juros. No segmento de renda fixa, principal segmento de atuação da MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS, o volume de recursos sob gestão no mercado apresentou uma redução significativa de 18,7% no ano.

Diante desse cenário, a empresa encerrou 2013 com perdas de volumes sob gestão menores que as registradas pelo mercado. Os recursos sob gestão totalizaram R\$ 6,0 bilhões no ano, com lucro líquido de R\$ 11,8 milhões. O volume total captado foi de R\$ 250 milhões no período.

Um dos fatores que contribuíram para esses resultados foi a conquista de um grande cliente do segmento segurador. Além disso, para reverter a tendência de queda dos resultados, foi adotado um novo posicionamento durante o ano, com foco na pulverização da carteira, que resultou no aumento da participação de clientes de pequeno e médio porte. Dessa forma, além de reduzir os riscos do negócio, a empresa fortalece o relacionamento de longo prazo com os clientes diretos.

Durante o ano também foram desenvolvidas medidas para impulsionar a atuação da rede de distribuição no segmento. Nesse contexto, o destaque ficou para os eventos direcionados para investidores de fundos de pensão (ABRAPP – Associação Brasileira de Previdência Privada) e para Investidores de Institutos de Previdência Municipal (Abipem – Associação Brasileira de Previdência dos Estados e Municípios),

ATIVOS SOB GESTÃO
(em R\$ bilhões)



ALINHAMENTO AOS OBJETIVOS DA MAPFRE BRASIL

> Desenvolvimento do mercado

Em linha com a estratégia global da MAPFRE Brasil, de orientação para o cliente, foram promovidos cursos e treinamentos para disseminar a cultura e filosofia da empresa entre os distribuidores. Além dos contatos intensificados com esse público, a equipe interna foi treinada, reforçando o papel de educador da MAPFRE Brasil, fortalecendo a aproximação com os clientes, disseminando informação e desenvolvendo os *stakeholders*, dentre eles, os colaboradores.

> Universalização do acesso

Para atender cada vez mais às características e demandas dos clientes, foi promovida uma revisão em todos os produtos, bem como o lançamento de dois novos fundos de investimento: MAPFRE Crédito Privado Fundo de Investimentos Renda Fixa Longo Prazo e MAPFRE Inversion Hiper Agressivo Fundo de Investimento Multimercado. Com forte apelo social, esses produtos contam com a atuação de especialistas na gestão de investimentos, garantindo que o pequeno investidor tenha condições semelhantes às oferecidas aos grandes investidores.

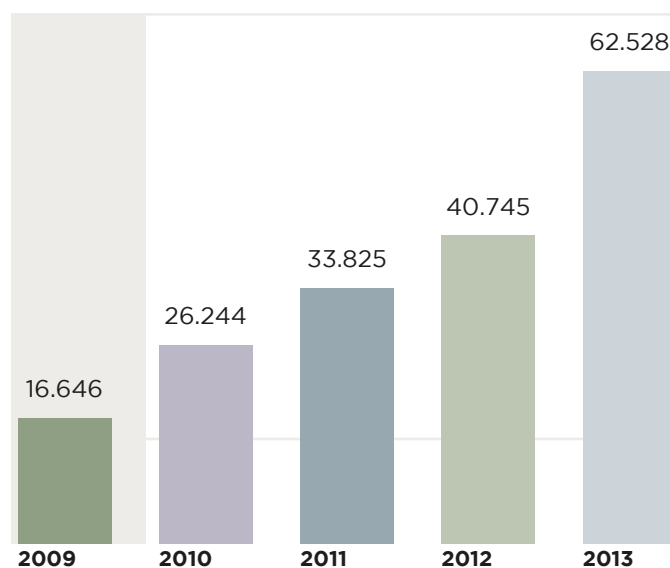
Capitalização

Para a MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS, 2013 foi um ano de resultados positivos no segmento de Capitalização, que registrou crescimento de 53,5% em receitas líquidas totais. O montante alcançado no ano, de R\$ 62,5 milhões, representa mais que o dobro do crescimento do mercado no mesmo período. As reservas técnicas evoluíram 75,8% em relação ao ano anterior, totalizando R\$ 35,8 milhões em 2013.

O bom desempenho é resultado da consolidação do posicionamento da empresa nos segmentos de Garantia Fiador e Promoções, bem como do fortalecimento no número de parceiros para distribuir os produtos via corretores especializados e imobiliárias.

Os resultados positivos apontados pela pesquisa de satisfação de clientes e consumidores realizado durante o ano, de 89% de aceitação, reforçam a assertividade da estratégia adotada.

RECEITAS DE CAPITALIZAÇÃO
(em R\$ mil)



ALINHAMENTO AOS OBJETIVOS DA MAPFRE BRASIL

> Desenvolvimento do mercado

Para garantir o conhecimento de colaboradores, corretores e distribuidores sobre as características específicas dos produtos de Capitalização, foram promovidos durante o ano diversos treinamentos em gestão e novos produtos. Corretores novos também participaram de treinamentos promovidos nas agências da Ampro (Associação de Marketing Promocional) e de palestras realizadas no Secovi/SP (Sindicato das Empresas de Compra, Venda, Locação e Administração de Imóveis Residenciais e Comerciais de São Paulo).

> Universalização do acesso

Em 2013, todas as campanhas de marketing e relacionamento com clientes foram realizadas em formato digital, sem a utilização de papel, que possibilitam um acesso mais amplo aos clientes. Em apenas uma única campanha, foram atingidos mais de 10 milhões de consumidores.

Consórcio

Em abril de 2013, a MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS deu início à operação no segmento de Consórcio e, em dezembro do mesmo ano, atingiu o volume de R\$ 80,4 milhões de cartas de crédito vendidas.

Dessa forma, o prejuízo do período, previsto no plano de negócios, foi de R\$ 4,7 milhões, decorrente de desembolsos pré-operacionais e do fato de a empresa não atingir, ainda, o ponto de equilíbrio. Para fazer frente aos investimentos e às necessidades do negócio, em dezembro de 2013 foi realizado aporte de capital, no montante de R\$ 15 milhões.

Para atuar nesse segmento, a MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS aposta em um posicionamento diferenciado, de ser uma empresa digital com relacionamento pessoal, permitindo aos distribuidores e consorciados uma relação ágil, confiável e inovadora. Nesses primeiros seis meses de operação, 45% dos lances foram realizados via SMS.

Os produtos lançados durante o ano foram: Meu Imóvel, grupo de consórcio com 600 cotas que variam de R\$ 100 mil até R\$ 200 mil em 200 meses, e Meu Automóvel, grupo com 400 cotas entre R\$ 30 mil até R\$ 60 mil, com prazo de 80 meses.

ALINHAMENTO AOS OBJETIVOS DA MAPFRE BRASIL

> Desenvolvimento do mercado

Para atender à proposta de atuação da empresa, de ser 100% digital, mas com relacionamento pessoal e diferenciado, foram promovidos diversos treinamentos e capacitações, auxiliando na disseminação de informações, no conhecimentos dos sistemas e no entendimento sobre o produto.

> Universalização do acesso

Formatação de soluções e cotas diversificadas, com a possibilidade de aportes mensais de valores que variam de R\$ 30 a R\$ 200 mil, para atender a diferentes necessidades e perfis de clientes.

CESVI Brasil

Primeiro centro de pesquisas de reparação automotiva e segurança viária do País, o CESVI Brasil (Centro de Experimentação e Segurança Viária) desenvolve estudos e pesquisas, treinamentos, publicações, certificações e avaliações que contribuem para o aperfeiçoamento da cadeia automobilística e geram indicadores técnicos que são divulgados para a sociedade, auxiliando na escolha de produtos e serviços.

Comprometido com as questões que envolvem a prevenção de acidentes de trânsito, o CESVI Brasil, ao longo de sua trajetória, tem desenvolvido pesquisas e apoiado campanhas relacionadas à segurança viária, em linha com a Década de Ações para a Segurança no Trânsito (2011-2022), instituída pela ONU. Dessa forma, contribui com uma atuação direta no aprimoramento da legislação, em busca de um trânsito mais seguro e da redução do número de acidentes. Além disso, desenvolve produtos, pesquisas e serviços em prol do aperfeiçoamento do mercado automotivo.

Dentre as principais iniciativas desenvolvidas em 2013, destacam-se:

- > Realização de nove estudos e pesquisas sobre temas variados: disponibilidade do sistema ABS no mercado brasileiro - tanto para carros de passeio quanto motocicletas; mapeamento das causas de acidentes com motocicletas; pesquisa sobre o setor de rastreamento e bloqueio de veículos etc;
- > Conquista de 26 novos clientes;
- > Realização de *crash-tests* para sete montadoras;
- > Publicação de 50 boletins técnicos, que têm como objetivo disseminar informação relevante, de utilidade no dia a dia do mercado e da sociedade;
- > Realização de evento específico para o público feminino, Mecânica para Mulheres, com 40 participantes ligadas ao mercado automotivo;
- > 32 certificações, 66 diagnósticos e nove consultorias para oficinas;
- > Lançamento da versão 5 do Órion, sistema de gestão de sinistros *online*, com mais de 830 mil perícias realizadas e 1067 oficinas usuárias;
- > Realização de um ciclo com três palestras da série Certa, sobre gestão de oficinas automotivas, mercado de motocicletas e tecnologia embarcada, com um total de 113 participantes

ALINHAMENTO AOS OBJETIVOS DA MAPFRE BRASIL

> Desenvolvimento do mercado

Contribuir para o desenvolvimento do mercado segurador é um dos objetivos do CESVI Brasil, que também oferece treinamentos voltados para os segmentos reparador e segurador, com conteúdos técnicos e práticos. Em 2013, mais de 2,9 mil alunos foram treinados, em 120 cursos ministrados, o que corresponde a um total de 2.271 horas aula de treinamento oferecidas ao mercado.

Resultados econômico-financeiros

GRI G4-EC1

RECEITAS TOTAIS

Em 2013, as receitas da MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS totalizaram R\$ 569 milhões em prêmios, contribuições e receitas com administração de fundos, um crescimento de 21,1% em relação a 2012.

PATRIMÔNIO LÍQUIDO

Ao fim do exercício, o patrimônio líquido ficou em R\$ 234,7 milhões e os ativos totais alcançaram a marca de R\$ 2,6 bilhões.

LUCRO LÍQUIDO

O lucro antes dos impostos e participações totalizou R\$ 26,9 milhões no ano e o lucro líquido ficou em R\$ 12,7 milhões.

PROVISÕES TÉCNICAS

As provisões técnicas totalizaram R\$ 2,3 bilhões em 2013, um incremento de 10% em relação ao ano anterior.

RETORNO SOBRE OS INVESTIMENTOS

A taxa de retorno sobre os investimentos (ROE - Return on Equity) registrada em 2013 foi de 5,8%.

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO (DVA)

O valor adicionado líquido à disposição da MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS em 2013 foi de R\$ 83,5 milhões. Esses recursos foram distribuídos da seguinte maneira:

- > R\$ 50,1 milhões para a remuneração dos colaboradores, com a geração de empregos e investimentos em treinamento;
- > R\$ 20,7 milhões para o pagamento de impostos, contribuições, tributos e taxas;
- > R\$ 12,7 milhões em valores retidos que foram incorporados ao patrimônio líquido dos acionistas, considerando a participação de acionistas minoritários.

DEMONSTRAÇÃO CONSOLIDADA DO VALOR ADICIONADO – MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS

	Dez/2013	Dez/2012
RECEITA TOTAL COM IOF (RIQUEZA GERADA)	583.687	499.696
De prêmios de seguros + receitas operacionais de seguros + planos previdenciários + receitas operacionais de prev. Complementar + planos capitalização + receitas operacionais de capitalização	568.747	469.699
(+) Receitas financeiras	14.940	29.997
CUSTOS E DEVOLOÇÕES DE ATIVIDADE	-457.395	-374.975
Custo final da preservação da riqueza segurada (sinistros líquidos) + benefícios pagos e resgates + remuneração complementar aos planos previdenciários (excedente financeiro)	-457.395	-374.975
VALOR ADICIONADO BRUTO	126.292	124.721
CUSTO DO VALOR ADICIONADO	-42.822	-32.330
(-) Comissões pagas aos corretores	-9.029	-6.973
(-) Serviços de terceiros	-10.396	-8.291
(-) Localização e funcionamento	-5.031	-2.484
(-) Outras despesas administrativas	-18.366	-14.581
VALOR ADICIONADO POR TERCEIROS	0	0
Resultado não operacional	0	0
Valor adicionado recebido em transferência	0	0
VALOR ADICIONADO À DISPOSIÇÃO DA MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS	83.471	92.391
DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO À DISPOSIÇÃO DA MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS		
REMUNERAÇÃO DO TRABALHO	50.089	37.608
Despesas com pessoal próprio	50.089	37.608
REMUNERAÇÃO DO GOVERNO	20.650	28.312
Tributos e contribuições (PIS, Cofins, CSLL e outros)	14.890	15.497
Impostos e taxas (IRPJ)	5.760	12.815
DIVIDENDOS	0	0
VALOR RETIDO	12.732	26.471
Incorporação ao patrimônio líquido	12.732	26.471
DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO À DISPOSIÇÃO DA MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS	83.471	92.391
VALORES EM MILHARES DE REAIS		



7

Desempenho GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE

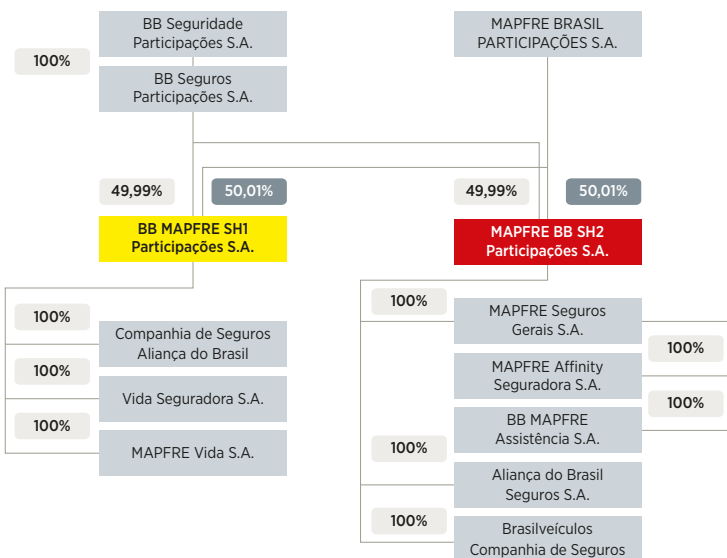
Apresentação [GRI G4-9](#)

O GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE é resultado da aliança estratégica oficializada em junho de 2011 entre o Grupo Banco do Brasil, por meio da BB Seguros Participações S.A., e o Grupo MAPFRE, por intermédio da MAPFRE BRASIL PARTICIPAÇÕES S.A., que possui controle societário das *holdings*. Nesse período, o processo de integração das operações e equipes foi fortalecido, com a captura de sinergias e a consolidação da parceria, garantindo complementaridade de canais, potencialização das estruturas de distribuição e atuação especializada.

A atuação do GRUPO BB E MAPFRE é materializada por meio de duas sociedades *holdings* (SHs):

A **BB MAPFRE SH1 Participações S.A.** participa como acionista nas seguintes companhias de seguros com atuação nos ramos de seguros rurais, imobiliários e de vida e acidentes pessoais: Companhia de Seguros Aliança do Brasil, MAPFRE Vida S.A. e Vida Seguradora S.A.

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



Presente em 100% do território brasileiro com uma atuação multicanal, o GRUPO BB E MAPFRE conta com 6.619 colaboradores e uma ampla rede de distribuição, formada por 167.090 pontos de vendas, que permitem atender os quase 37 milhões de clientes.

> **Rede BB** – 80.974 pontos de atendimento, compostos de 5.416 agências bancárias, 1.750 postos de atendimento, 12.082 postos de atendimento eletrônico, 11.187 correspondentes no país, 6.191 agências do Banco Postal e 44.348 terminais de autoatendimento.

> **Rede MAPFRE** – 21.634 postos de atendimentos, sendo 690 corretores Mais, 20.817 corretores e 127 sucursais.

> **Affinities** – acordos comerciais que agregam mais de 64 mil pontos de distribuição em todo o território nacional.

Durante o ano, foram registrados mais de 7 milhões de ligações nas Centrais de Relacionamento do GRUPO BB E MAPFRE, que gerenciaram aproximadamente 800 mil serviços de assistência, realizados por 15.600 prestadores de serviços.

MISSÃO

Pessoas protegendo pessoas, com excelência e inovação, em seguros, produtos financeiros e serviços que atendam às necessidades de indivíduos, famílias e empresas, e agreguem valor aos parceiros, corretores, colaboradores, acionistas e à sociedade.

VISÃO

Somos um GRUPO SEGURADOR com uma proposta diferente de trabalho:

Acreditar nas pessoas, gostar das pessoas e trabalhar pelas pessoas.

Acreditamos que nossos esforços e nossos produtos realmente ajudam as pessoas a protegerem e a defenderem vidas, famílias e empresas; garantem as conquistas, as pessoas e os bens importantes. Fazemos isso para milhões de brasileiros.

Mas queremos fazer mais do que isso:

Queremos ser o melhor, o mais querido e mais admirado grupo segurador no País.

Para isso, vamos agir de forma diferente e melhor.

Por reconhecer a complexidade dos mercados e a importância de atuar em sinergia com todos os públicos com os quais nos relacionamos, temos, para cada um desses grupos, uma proposta de ação:

*Seremos reconhecidos pelos **clientes** como o melhor grupo segurador, oferecendo produtos, serviços e atendimento de qualidade a preço justo, com respeito, segurança, ética e responsabilidade socioambiental.*

*Alcançaremos os objetivos definidos pelos **acionistas**, crescendo de forma permanente e sustentável, conforme modelo de governança corporativa, com inovações e com serviços de qualidade, gerando rentabilidade e credibilidade, que conduzam à liderança do mercado de seguros, consolidando as nossas marcas como referências em todos os segmentos em que atuamos.*

*Pautaremos nosso relacionamento com as **autoridades**, no cumprimento da legislação e por elevados padrões de governança corporativa. Forneceremos informações claras e precisas e trabalharemos para a prevenção e o combate à fraude e à lavagem de dinheiro.*

*Participaremos efetivamente de **associações de classe**, com seriedade, comprometimento e ética, garantindo nossa representatividade, defendendo a livre concorrência, o desenvolvimento socioeconômico do País e do mercado e unindo esforços para defesa dos interesses do setor.*

*Valorizaremos o comprometimento de nossos **colaboradores** com a Missão e os Valores; com o objetivo de proporcionar um ambiente ético, de alto desempenho e com comunicação eficaz, que estimule a melhoria da qualidade de vida e contribua para a felicidade, o respeito às pessoas, a credibilidade e o orgulho, por meio de equipes motivadas, integradas, focadas no autodesenvolvimento, fundamentados por conceitos avançados de liderança, remuneração e reconhecimento baseados em mérito.*

*Seremos éticos com a **comunidade**, transparentes e cumpridores das leis. Por meio de uma gestão sustentável e da cultura de voluntariado, envolveremos todos os públicos nos aspectos sociais, econômicos e ambientais do GRUPO SEGURADOR, considerando o impacto de nossas atividades na vida da população. Além de tributos, devolveremos parte de nossos lucros em forma de ações sociais, culturais, educativas e ambientais, promovendo uma cultura apoiada nos direitos humanos e na democracia. Seremos um grupo segurador gerador de oportunidades a todas as camadas da sociedade e que contribuirá para qualidade de vida.*

*Reconhecemos os **corretores**, de seguros ou resseguros, como empreendedores e nossos aliados estratégicos. Contribuiremos para o seu desenvolvimento de forma sustentável e rentável, oferecendo soluções inovadoras em produtos, serviços e sistemas, com qualidade, atendimento preciso, processos simples, eficazes e transparentes.*

*Manteremos com os **fornecedores** relação ética, de confiança e desenvolvimento recíproco, que nos conduza a um conjunto de soluções para maximizar qualidade e resultados dos nossos negócios. Priorizaremos Fornecedores que adotem práticas empresariais e socioambientais sustentáveis.*

*Ofereceremos e manteremos para nossos **parceiros de distribuição** oportunidades de negócios inovadores e rentáveis, com produtos e serviços de qualidade, suportados por processos e sistemas simples e confiáveis, preservando o equilíbrio entre os parceiros e ampliando o nosso principal ativo comum, a base de clientes.*

*Promoveremos parcerias duradouras e equilibradas com os **resseguradores**, subscrevendo os riscos com eficácia e responsabilidade técnica atuarial, subsidiando-os de informações precisas, que permitirão condições contratuais competitivas e adequada aceitação do risco.*

*Disponibilizaremos informações por meio de **atendimento especializado**, com características e linguagem adequadas aos diversos públicos, para garantir aos veículos de comunicação acessibilidade ao GRUPO SEGURADOR e, quando pertinente, informação e dados, atendendo com senso de urgência e transparência, além de disseminar a Missão, a Visão e os Valores do GRUPO SEGURADOR, contribuindo na divulgação da cultura de seguros.*

Para viabilizar essa Visão, nossas estratégias de ação, de estrutura, de processos, de sistemas e de desempenho estarão em permanente melhoria contínua, com foco em inovação, agilidade, comunicação e crescimento sustentável.

Estamos comprometidos com essa Visão e faremos tudo que estiver ao nosso alcance para torná-la realidade.

VALORES

- > Atuação Ética
- > Respeito por Pessoas e suas Diversidades
- > Iniciativa
- > Espírito de Equipe
- > Busca por Excelência
- > Responsabilidade Socioambiental
- > Orientação para Resultado Sustentável
- > Estímulo à Qualidade de Vida
- > Abordagem Humanitária
- > Independência de Atuação
- > Humildade

Desempenho de mercado

Para enfrentar um ambiente macroeconômico desfavorável, marcado pela alta volatilidade do mercado financeiro em 2013, o GRUPO BB E MAPFRE manteve uma atuação estratégica focada na contenção de custos e no fortalecimento dos seus diferenciais em cada segmento de negócio.

Esse posicionamento permitiu o cumprimento dos objetivos propostos para o período, com crescimento acima da média do mercado em todos os aspectos e desempenho expressivo no canal bancário.

O GRUPO BB E MAPFRE encerrou o ano com 17,0% de participação de mercado e posição de destaque nos segmentos em que atua:

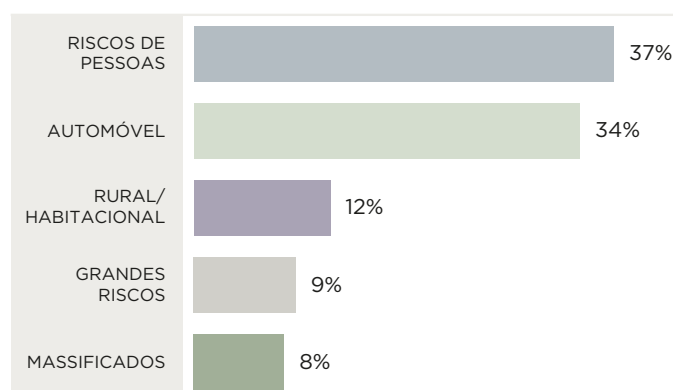
- Manutenção da liderança no segmento de Riscos de Pessoas, com 20,1% de participação, um incremento de 0,7% em relação a 2012;
- Conquista da primeira colocação em Rural/Habitacional, com uma participação de 39,2% no mercado;
- Manutenção da vice-liderança nos segmentos de Automóvel e Grandes Riscos, com 14,4% e 12,3%, respectivamente, de participação.

PARTICIPAÇÃO DE MERCADO*

SEGMENTOS	RANKING			PARTICIPAÇÃO		
	2013	2012	2011	2013	2012	2011
Riscos de Pessoas	1	1	1	20,1%	19,4%	17,7%
Automóvel	2	2	2	14,4%	14,4%	14,5%
Rural/Habitacional	1	2	2	39,2%	32,6%	31,8%
Massificados	3	3	2	11,8%	10,6%	12,2%
Grandes Riscos	2	2	2	12,3%	12,8%	11,7%
TOTAL	1	1	1	17,0%	16,2%	15,6%

*Os dados de mercado apresentados na tabela e no decorrer dos textos foram calculados com data-base de novembro/13, em decorrência das informações da Susep (Superintendência de Seguros Privados) referentes a dezembro/13 ainda não terem sido liberadas.

MIX DE PRÊMIOS LÍQUIDOS EMITIDOS - 2013



Os ramos de atuação do GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE estão agrupados da seguinte forma:*

RISCOS DE PESSOAS	Acidentes pessoais	
	Vida	
	Prestamista	
AUTOMÓVEL	Automóvel	
	DPVAT	
RURAL/ HABITACIONAL	Agrícola e danos rurais	
	Habitacional	
	Prestamistas/vida rural	
MASSIFICADOS	SEGUROS TRADICIONAIS	
	Residencial	
	Riscos diversos	
	Condomínio (atividades residenciais, escritórios e flats)	
	Empresarial - até R\$ 2 milhões	
	Máquinas e equipamentos não agrícolas	
	RC médico e dentista	
	Imobiliário	
	RC Geral - Clubes e Agremiações	
	Quebra de garantia	
	SEGUROS ESPECIAIS	
	Garantia estendida para eletroeletrônico	
	Garantia estendida para veículos	
	Garantia mecânica	
	Roubo e furto de eletroportátil	
	Proteção para cartões	
	Fiança locatícia	
	Multiriscos eventos	
	Seguro celular	
	GRANDES RISCOS	Riscos industriais
		Aeronáutico/casco
		Transportes
		Riscos patrimoniais
Riscos de responsabilidades		
Riscos financeiros - garantias e crédito		

*As segregações dos ramos seguem um conceito gerencial adotado pela Empresa.

Riscos de Pessoas

Em 2013, a arrecadação de prêmios no segmento de Riscos de Pessoas totalizou R\$ 4.936 milhões, um incremento de 20,0% em relação ao resultado reportado em 2012. Essa *performance*, superior à média de mercado, garantiu ao GRUPO BB E MAPFRE a manutenção da liderança do setor, com 20,1% (acumulado até novembro de 2013) de *market share*.

Alguns dos destaques do resultado conquistado no ano foram o amadurecimento do mercado e o novo contingente de pessoas e consumidores das classes emergentes que passaram a consumir seguros. Para absorver essa demanda, o GRUPO BB E MAPFRE fortaleceu sua atuação tanto no canal corretor quanto no canal bancário, o que contribuiu positivamente para o desempenho de 2013.

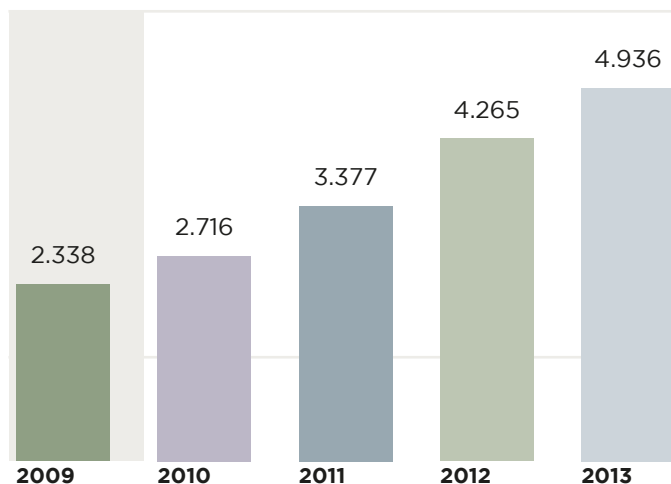
Além disso, para ampliar sua carteira, manter sua rentabilidade nos níveis desejados e conquistar uma base mais estável, o GRUPO BB E MAPFRE triplicou sua participação nas concorrências de negócios públicos promovidas no ano e focou sua atuação nos segmentos de pequeno e médio porte, com oportunidades superiores de negócio. Outra ação importante para desenvolver sua participação de mercado foi a criação de uma célula direcionada ao atendimento das demandas dos canais estratégicos, que possibilitou uma atuação mais especializada nas cotações e na prospecção de clientes.

Atento às demandas do mercado, o GRUPO BB E MAPFRE também lançou e promoveu reformulações de produtos durante o ano. Para o canal bancário, foram lançadas as versões dos produtos BB Seguro Amparo Familiar, de auxílio-funeral, e o BB Microseguros Proteção Pessoal. O produto Agroamigo, o “seguro de vida do agricultor familiar”, recebeu ajustes de preço e cobertura em linha com as necessidades desse público, com resultados positivos no ano. Além disso, foi reconhecido com a premiação de Melhores do Seguro 2013, da revista *Apólice*, especializada no setor.

No segmento educacional, o destaque ficou para o relançamento dos produtos MAPFRE Proteção Educacional MultiFlex e MAPFRE Proteção Escolar MultiFlex, que protegem mais de 630 mil segurados, o que garante ao GRUPO BB E MAPFRE a liderança nesse mercado, com 50% de participação.

Mesmo sendo líder de mercado, o GRUPO BB E MAPFRE também está atento a novas alternativas de atendimento, em modelos que contemplem a conveniência do cliente. Sob esse aspecto, iniciou em 2013 um acordo com a Telefônica para vendas por telemarketing.

PRÊMIOS EMITIDOS (em R\$ milhões)



ALINHAMENTO AOS OBJETIVOS DA MAPFRE BRASIL

> Desenvolvimento do mercado

Atento às discussões de temas de importância para o setor, o GRUPO BB E MAPFRE participou da publicação *Microfinanças: Microcrédito e Microseguros no Brasil*, organizada e lançada em 2013 pelo CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável).

> Universalização do acesso

Com o seguro educacional, que conquistou o prêmio Top Educação pelo segundo ano consecutivo, o GRUPO consegue atingir uma camada da população preocupada com a continuidade dos estudos de seus filhos, assegurando também o fluxo de alunos para as escolas.

Os microsseguros desenvolvidos para o canal bancário permitem, de maneira inovadora, que todo o processo de compra, indicação de beneficiários e emissão de certificados ocorra diretamente pelos Terminais de Auto Atendimento, facilitando o acesso da população a essa proteção tão valorizada pelos clientes.



Publicação *Microfinanças: Microcrédito e microsseguros no Brasil*

Automóvel

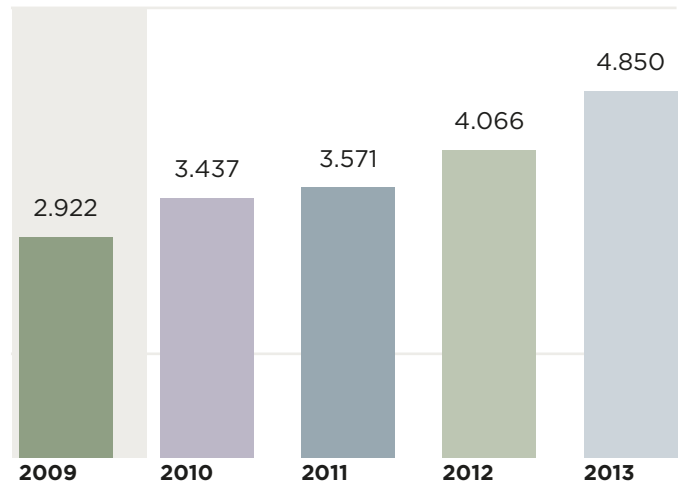
Em 2013, o GRUPO BB E MAPFRE registrou crescimento de 19,2% no segmento de Automóveis, em comparação com igual período de 2012, com uma receita total de R\$ 4.850 milhões de prêmios emitidos. Esse desempenho foi conquistado com a melhora significativa nas margens e com a entrega de ferramentas que aperfeiçoaram o atendimento de sinistros.

Dentre elas, destacam-se a perícia *online*, que permite a realização da vistoria de sinistro com as fotos enviadas pelo segurado no momento do aviso do sinistro; e o acompanhamento de sinistros pela *web*, que possibilita aos clientes e corretores acompanhar e fazer alterações nas agendas de sinistros, com acesso por meio do MAPFRE Connect ou MAPFRE Online. Além de garantir mais agilidade e assertividade na informação, os dois projetos geram economia de energia e recursos materiais, uma vez que o acesso dos clientes é feito diretamente via internet.

A melhora nas margens é explicada pela criação de um novo indicador em 2013 por parte da Susep, que compensou a extinção do custo de apólice nos resultados contábeis das empresas. Aliado a isso, o GRUPO BB E MAPFRE aprimorou o processo de subscrição e tarifação de seus produtos, o que lhe garantiu resultados positivos no período.

Durante o ano, foi divulgada uma nova campanha de marketing, com veiculação nos canais de TV aberta, para reforçar os atributos da marca. Também foi realizado um levantamento de dados com avaliação técnica dos Pátios de Salvados, locais que abrigam os veículos que saem de circulação após acidentes, para a realização de melhorias nos processos internos, com desenvolvimento de boas práticas ambientais na contenção de abastecimento de combustível, coleta seletiva, consumo de água e eficiência energética.

PRÊMIOS EMITIDOS - COM DPVAT (em R\$ milhões)



ALINHAMENTO AOS OBJETIVOS DA MAPFRE BRASIL

> Desenvolvimento do mercado

Em busca de maior transparência na comunicação e gestão da informação com os *stakeholders*, foram promovidos investimentos nos sistemas mantidos com os corretores, sobre gestão de pagamentos que envolvam sinistros, e com os clientes, a partir do lançamento do Aviso web, uma plataforma *online* que permite ao segurado de automóvel acompanhar o andamento do seu sinistro diretamente via internet.

Para contribuir com o desenvolvimento do mercado, o GRUPO BB E MAPFRE promove ações como a busca por melhores práticas internacionais, viabilizada com uma visita em 2013 ao Pátio de Salvados da MAPFRE na Argentina, e participa de debates setoriais sobre temas de interesse do setor, atuando na presidência da Câmara Temática de Mobilidade Urbana do CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável).

> Universalização do acesso

Para facilitar o acesso ao seguro de automóvel, o processo burocrático foi reduzido com o Produto Auto Mais Responsável, que permite a contratação do seguro sem a necessidade de realização da inspeção prévia para automóveis de até 20 anos de fabricação. Outra medida adotada para incentivar a contratação de seguros foi a redução do impacto para o cliente em caso de sinistro, com desconto de até 40% no valor da franquia.

Rural/Habitacional

Em 2013, o GRUPO BB E MAPFRE consolidou sua liderança no segmento de seguros Rurais e Habitacionais, com crescimento de 73,7% em relação ao ano anterior e um total de prêmios emitidos de R\$ 1.845 milhões.

O aumento da subvenção do governo ao produtor em 2013 contribuiu positivamente para o desempenho do setor. Aliado a isso, o resultado positivo alcançado pelo GRUPO BB E MAPFRE, acima do previsto para o ano, foi conquistado graças ao trabalho de disseminação da cultura de seguro rural e seus benefícios para um espectro maior de clientes.

Na prática, isso significa que o trabalho de prospecção passou a ser feito com foco no cliente, com atenção às diferentes demandas de cada consumidor, o que permitiu ao GRUPO BB E MAPFRE aumentar sua participação e, principalmente, atender a uma demanda reprimida de mercado.

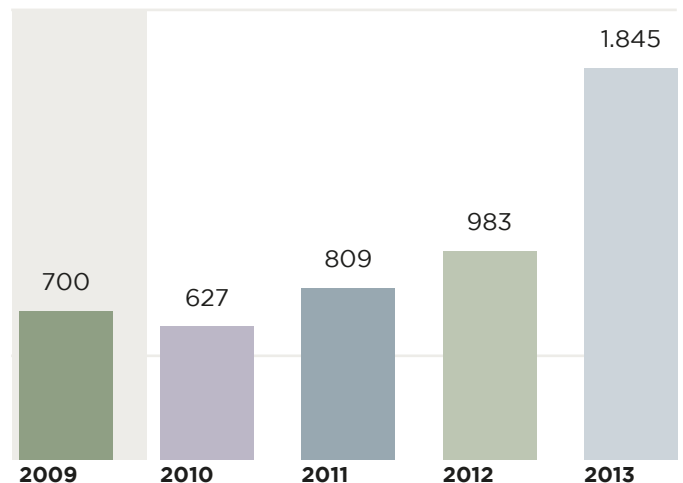
Para isso, foram promovidos ajustes no portfólio de produtos, com o lançamento do Multirrisco Rural, seguro com coberturas para máquinas, equipamentos e benfeitorias, e do Seguro Floresta ABC, com cobertura para riscos climáticos de florestas. Lançado em 2012, o Seguro Café apresentou crescimento expressivo em 2013, passando de uma participação de 5% para 30% do total de crédito para café do País.

Na parte de distribuição, foram implementados ajustes em busca de uma agressividade maior em vendas e negócios, o que resultou no desenvolvimento de novos acordos para incrementar a base de distribuição dos produtos via canais, com aumento das vendas via corretores. Também foram contratados novos profissionais com *expertise* em subscrição e comunicação com o produtor rural e lançadas campanhas de incentivo de vendas, com bônus e premiações.

O trabalho de indução de melhores práticas entre os clientes para mitigar os riscos relacionados aos aspectos socioeconômicos desenvolvido pelo GRUPO BB E MAPFRE foi reconhecido pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, que lançou o livro *Gestão Sustentável na Agricultura* – uma iniciativa inédita desenvolvida pelo governo para divulgar boas práticas de gestão sustentável promovidas pela iniciativa privada.

Com o projeto Gestão Sustentável na Cadeia de Seguros Agropecuários, o GRUPO BB E MAPFRE foi uma das oito empresas selecionadas para integrar a obra, que reúne cases de sucesso de diversas organizações que conseguiram inserir o tema da sustentabilidade em suas atividades, servindo de referência para outras companhias que atuam no universo do agronegócio brasileiro.

PRÊMIOS EMITIDOS (em R\$ milhões)



ALINHAMENTO AOS OBJETIVOS DA MAPFRE BRASIL

> Desenvolvimento do mercado

Para disseminar a cultura do seguro Rural e seus benefícios, além de abordar os benefícios de integrar a sustentabilidade ao negócio, foram promovidos em 2013 três encontros da Academia de Sustentabilidade para os principais executivos da área, em que foram abordados temas específicos do negócio. Além disso, foi realizado o 1º Ciclo de Palestras sobre Seguro Rural e Sustentabilidade, em parceria com a Funenseg (Escola Nacional de Seguros), com cem participantes, entre corretores, clientes e associações.

> Universalização do acesso

O GRUPO BB E MAPFRE contribui para a ampliação da abrangência dos seguros no País. No segmento Rural, esse posicionamento é materializado por uma equipe especializada e dedicada a entender as demandas específicas desse público, garantindo uma aproximação com o agricultor para oferecer produtos voltados às necessidades da família e dos negócios da agricultura brasileira.

Massificados

Com crescimento de 19,0% em relação ao mesmo período do ano anterior, o GRUPO BB E MAPFRE encerrou 2013 com receitas totais de R\$ 1.230 milhões no segmento de Massificados.

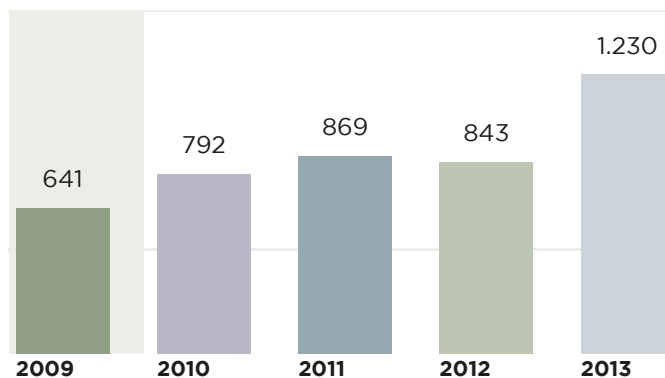
Esse resultado foi conquistado em decorrência do aumento nas vendas de seguros para empresas, celulares e residenciais, que passaram a oferecer novas assistências voltadas à conscientização ambiental e ao conforto dos clientes. Aliado a isso, o bom desempenho do setor é consequência de uma maior conscientização por parte da população, que está mais informada sobre as catástrofes naturais e a violência urbana e, por isso, está consumindo mais produtos de proteção.

Impulsionada pelo desempenho positivo de seguro residencial, a linha de produtos Tradicionais (seguros residencial, empresarial, de condomínios, máquinas e equipamentos não agrícolas, imobiliário, fiança locatícia, quebra de garantia e responsabilidade civil, dentre outros) apresentou melhor *performance* que os seguros Especiais (garantia estendida, garantia estendida veículo, seguro perda e roubo de cartões, seguro celular, multirisco eventos, *affinities*, microsseguros etc.), afetados pela saída de uma grande conta de garantia estendida.

Outro destaque no ano foi o incremento de 50% de participação da Rede MAPFRE em Seguro Residencial, fruto de uma série de remodelações no produto, como a inclusão dos serviços focados na preservação do meio ambiente, a exemplo do descarte inteligente de móveis e equipamentos e da consultoria ambiental, além de uma atuação mais focada nesse segmento.

O GRUPO BB E MAPFRE manteve ainda uma atuação diferenciada em grandes ocorrências. Em 2013, após vendavais que atingiram as cidades de Taquarituba (SP), Corbélia (PR) e Brusque (SC) e a tempestade de granizo em Novo Hamburgo (RS), foram deslocadas equipes para atender os segurados e, em cinco dias, 80% dos atingidos já tinham sido ressarcidos (o prazo médio para reembolso é de 15 a 20 dias).

PRÊMIOS EMITIDOS (em R\$ milhões)



ALINHAMENTO AOS OBJETIVOS DA MAPFRE BRASIL

> Desenvolvimento do mercado

Para disseminar informações sobre os seus produtos e serviços, o GRUPO BB E MAPFRE desenvolve ações de prevenção e informação para segurados e sociedade, com a divulgação de artigos e materiais informativos com orientações sobre as principais causas de sinistros e como evitá-las, além da realização de treinamentos destinados aos corretores.

> Universalização do acesso

Para facilitar o acesso do pequeno empresário aos serviços de proteção, foi lançado um seguro residencial destinado ao microempreendedor, garantindo a proteção de sua casa e do seu negócio.

Para atender a demandas específicas da sociedade referentes a moradia e segurança, foram promovidas capacitações com corretores sobre os produtos mais adequados aos diferentes tipos de residências e perfis de segurados.

Grandes Riscos

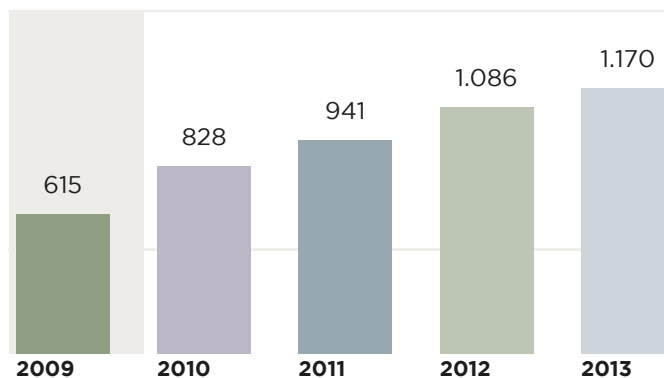
Em 2013, os resultados do GRUPO BB E MAPFRE no segmento de Grandes Riscos mantiveram-se nos mesmos patamares de 2012, com um volume total de prêmios emitidos de R\$ 1.170 milhões, garantindo a manutenção da segunda colocação no *ranking* nacional.

O setor como um todo foi afetado pelo fraco desempenho do PIB industrial e do setor de grandes obras públicas. Diante desse cenário, o GRUPO BB E MAPFRE manteve o seu posicionamento no segmento com o fortalecimento de sua atuação internacional, a partir da conquista de contas globais, e a consolidação de uma visão de sustentabilidade ligada ao processo de inspeção de riscos.

No segmento Aeronáutico, cuja precificação tem forte interferência do mercado internacional, o volume foi reduzido em função da alta capacidade ofertada por esse mercado. Líder com 47% de *market share*, o GRUPO BB E MAPFRE desenvolveu um Plano de Atendimento a Emergências Aeronáuticas para aperfeiçoar sua atuação nesse setor, com a prestação de serviços visando a mitigar riscos por meio da adoção de medidas preventivas e, também, estar aderente aos planos de crises dos segurados. O novo plano contempla ações específicas para cada segmento da aviação em que atua, como linhas aéreas, aviação executiva, *off-shore*, aeronaves públicas, agrícolas, fabricantes e aeroportos.

Para fortalecer o conceito de sustentabilidade no setor, foi introduzido o Relatório de Práticas de Sustentabilidade do Processo de Inspeção Prévia de Riscos. Iniciado em agosto de 2013, o trabalho já identificou, a partir de mais de 5 mil relatórios específicos, os aspectos de riscos existentes nos clientes em diferentes setores de atuação. A expectativa é introduzir cada vez mais um olhar analítico, com viés sustentável, no processo de inspeção e subscrição dos riscos.

PRÊMIOS EMITIDOS (em R\$ milhões)



ALINHAMENTO AOS OBJETIVOS DA MAPFRE BRASIL

> Desenvolvimento do mercado

Para disseminar o conceito de sustentabilidade entre os inspetores de riscos e contribuir para a construção de um modelo de identificação de possíveis riscos relacionados a aspectos ambientais, sociais e de governança entre os principais clientes, foi realizado um *workshop* com a participação de 163 inspetores. Também foram promovidos em 2013 dois encontros da Academia de Sustentabilidade, com a participação de 159 pessoas, entre colaboradores e inspetores de riscos, para discutir a importância da incorporação dos conceitos de sustentabilidade no dia a dia da área, como medida de identificação de novos riscos e oportunidades financeiras para o negócio de seguros.

> Universalização do acesso

O entendimento dos novos riscos socioambientais nos diferentes segmentos da economia impacta o desenvolvimento de produtos e serviços oferecidos pelo GRUPO BB E MAPFRE. Em 2013, esse posicionamento resultou na incorporação de critérios socioambientais durante o processo de inspeção de seguros de Grandes Riscos, em clientes de diferentes segmentos e portes de atuação.

Resultados econômico-financeiros

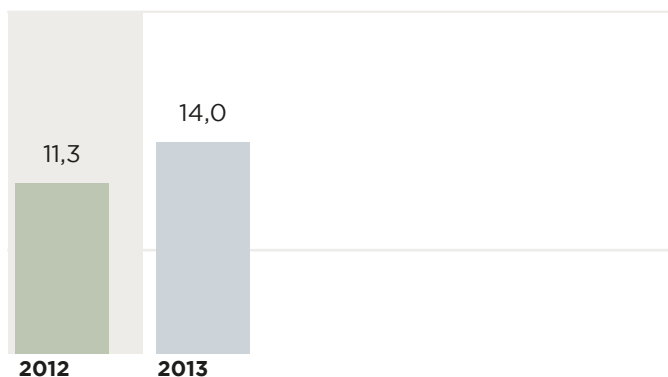
GRI G4-EC1

PRÊMIOS EMITIDOS

Em 2013, os **prêmios emitidos** pelo GRUPO BB E MAPFRE totalizaram R\$ 14,0 bilhões, um incremento de 24,5% em relação a 2012 (R\$ 11,3 bilhões).

PRÊMIOS EMITIDOS LÍQUIDOS

(em R\$ bilhões)



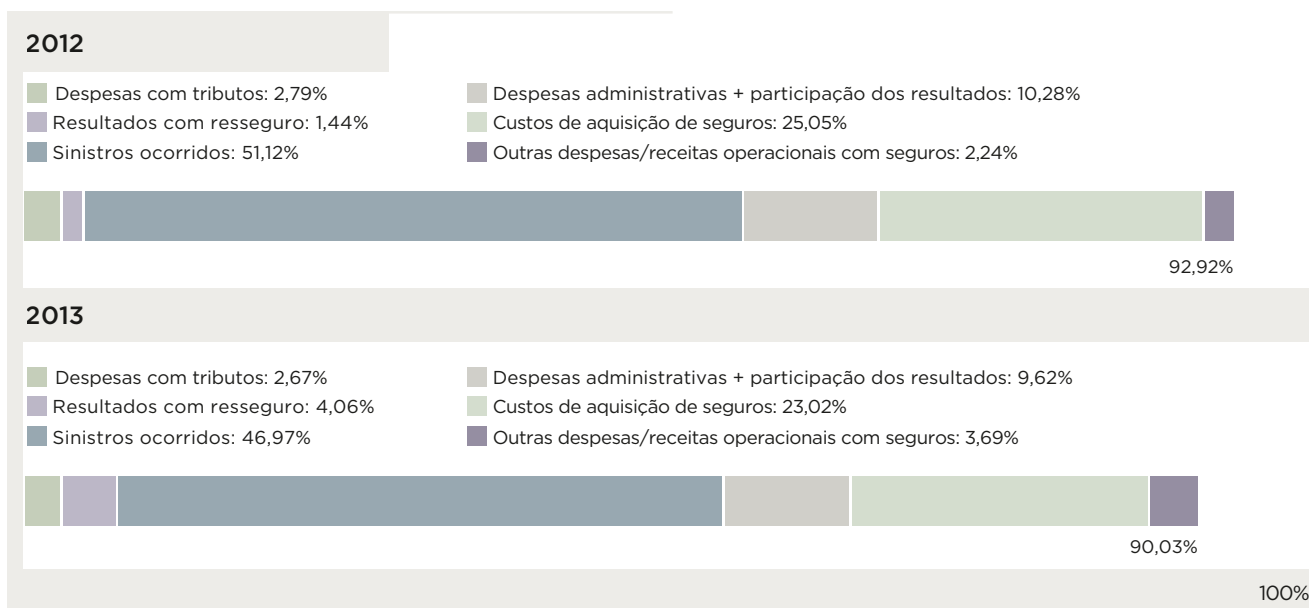
SINISTRALIDADE E COMISSIONAMENTO

Com uma política eficiente de subscrição e controle na regulação de sinistros sobre os prêmios ganhos, o GRUPO BB E MAPFRE conquistou reduções significativas no índice combinado.

O índice de **sinistralidade** encerrou o ano em 47,0% uma redução de 4,1 p.p. (pontos percentuais) em relação a 2012 (51,1%).

O índice de **comissionamento** geral ficou em 23,0% (25,1% em 2012) e as **despesas administrativas** representaram 9,6% sobre os prêmios ganhos em 2013 (10,3% em 2012).

SINISTRALIDADE E COMISSIONAMENTO



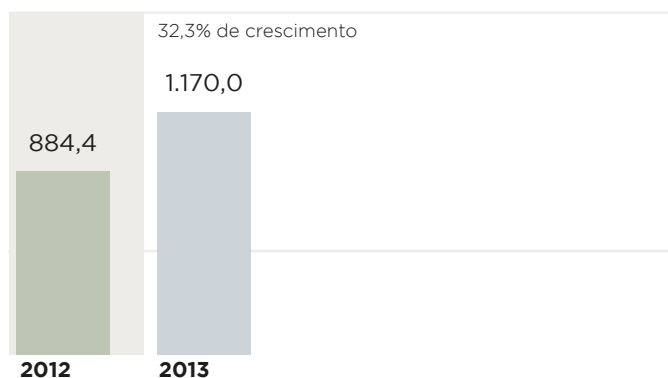
LUCRO LÍQUIDO

O **lucro antes dos impostos e participações** totalizou R\$ 1,8 bilhão em 2013, um crescimento de 26,1% sobre 2012.

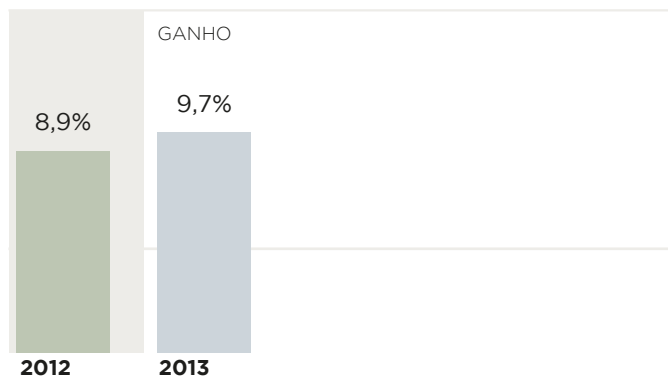
Desconsiderando os ajustes não recorrentes, no valor de R\$ 231,7 milhões, referentes à adesão ao Refis em novembro e dezembro de 2013 e à constituição de provisões técnicas, conforme resolução nº 462/2013, o **lucro líquido recorrente** encerrou o ano em R\$ 1,2 bilhão, o que representa um crescimento de 32,3% (R\$ 884,4 milhões em 2012).

Esse desempenho é resultado do crescimento significativo do negócio de Seguros Rurais, que apresentou margens relevantes; do desempenho de Prestamista de Vida no canal bancário, que cresceu 27,58%; bem como da captura de sinergias decorrentes do processo de integração e da consolidação das operações após dois anos e meio da formação da parceria.

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE (em R\$ milhões)



LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE SOBRE PRÊMIO



PROVISÕES TÉCNICAS

As **provisões técnicas de seguros** totalizaram R\$ 11,7 bilhões em 2013, o que representa um incremento de 29,4% em relação ao ano anterior (R\$ 9,0 bilhões em 2012).

PATRIMÔNIO LÍQUIDO

Em 2013, o **patrimônio líquido** do GRUPO BB E MAPFRE totalizou R\$ 5,0 bilhões (R\$ 4,9 bilhões em 2012). Os **ativos totais** encerraram o ano em R\$ 21,6 bilhões, um crescimento de 15,9% em comparação com 2012 (R\$ 18,6 bilhões).

RETORNO SOBRE OS INVESTIMENTOS

A taxa de **retorno sobre os investimentos** (ROE - *Return on Equity*) ficou em 32,1% (21,3% em 2012), em decorrência da estratégia de maximização do capital adotada pelo GRUPO BB E MAPFRE, seja pela distribuição de dividendos do capital excedente ou pela melhor *performance* do negócio.

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO (DVA)

O valor adicionado líquido gerado pelo GRUPO BB E MAPFRE totalizou R\$ 4,2 bilhões em 2013, um crescimento de 42,0% sobre 2012 (R\$ 2,9 bilhões). Esses recursos foram assim distribuídos:

- > R\$ 595,5 milhões - para a remuneração dos colaboradores;
- > R\$ 2,0 bilhões - para o pagamento de impostos, contribuições, tributos e taxas;
- > R\$ 713,8 milhões - em valores retidos que foram incorporados ao patrimônio líquido dos acionistas;
- > R\$ 772,5 milhões - para o pagamento de dividendos.

DEMONSTRAÇÃO CONSOLIDADA DO VALOR ADICIONADO - GRUPO BB E MAPFRE		
	31 DE DEZEMBRO DE 2013	31 DE DEZEMBRO DE 2012
Receita total com IOF (riqueza gerada)	14.893	12.179
Custos e devolução de atividade	(5.098)	(4.351)
Aumento das reversas e da poupança acumulada	(1.668)	(1.275)
VALOR ADICIONADO BRUTO	8.127	6.553
Custo do valor adicionado	(3.975)	(3.633)
Valor adicionado por terceiros	-	4
VALOR ADICIONADO À DISPOSIÇÃO DO GRUPO BB E MAPFRE	4.152	2.924
DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO À DISPOSIÇÃO DO GRUPO BB E MAPFRE		
Remuneração do trabalho	595	512
Remuneração do governo	2.071	1.527
Dividendos	772	526
Valor retido	714	359
DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO	4.152	2.924
Incorporação ao patrimônio líquido	714	359
VALORES EM MILHARES DE REAIS		



Informações Complementares

Informações corporativas

MAPFRE BRASIL

Wilson Toneto - Presidente

MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS

COMITÊ EXECUTIVO

Wilson Toneto - Presidente

Eduardo Soares de Freitas

Eliseo João Viciano

Fábio Roberto Colpas

Germaine Ribeiro Cardoso - Secretária

Renato Fernandes

DIRETORIA EXECUTIVA

Wilson Toneto - Presidente

Almir Fernandes da Costa - Diretor do CESVI

Eduardo Freitas - Direto-geral de Previdência

Eliseo João Viciano - Vice-presidente MAPFRE Investimentos

Renato Fernandes - Diretor MAPFRE Capitalização

GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO SH1

Wilson Toneto - Presidente

Osmar Fernandes Dias - Vice-presidente

Aldemir Bendine

Andrés Jiménez Herradon

José Ramón Tomás Forés

Marcelo Estrela Fiche

Marcos Eduardo dos Santos Ferreira

Thomas Timothy Traumann

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO SH2

Osmar Fernandes Dias - Presidente

Wilson Toneto - Vice-presidente

Aldemir Bendine

Andrés Jiménez Herradon

José Ramón Tomás Forés

Marcelo Estrela Fiche

Marcos Eduardo dos Santos Ferreira

Thomas Timothy Traumann

CONSELHO FISCAL SH1

Luiz Carlos Zambinati Tapette - Presidente

Adilson do Nascimento Anísio

Luiz Roberto Castiglione de Lima

CONSELHO FISCAL SH2

Adilson do Nascimento Anísio - Presidente

Luiz Carlos Zambinati Tapette

Luiz Roberto Castiglione de Lima

COMITÊ DE AUDITORIA SH1 E SH2

Egídio Otmar Ames - Coordenador

Carlos Eduardo da Silva Monteiro

Ilenor Elemar Zingler

DIRETORIA EXECUTIVA

Roberto Barroso - Diretor-presidente BB MAPFRE SH1 PARTICIPAÇÕES

Marcos Eduardo dos Santos Ferreira - Diretor-presidente MAPFRE BB SH2 PARTICIPAÇÕES

Alencar R. Ferreira Junior - Diretor-geral de Controles Internos Atuário Risco

Antonio Clemente Campanario - Diretor-geral de Assistência e Pós-Venda

Benedito Dias - Diretor-geral Administrativo-Financeiro

Benedito Luiz Alves Dias - Diretor-geral de Marketing e Comunicação

Bento Aparicio Zanzini - Diretor-geral de Vida

Carlos Alberto Landim - Diretor-geral de Planejamento e Controladoria

Cynthia Betti - Diretora-geral de Recursos Humanos

Dirceu Tiegs - Diretor-geral da Rede MAPFRE

Elenelson Honorato Marques – Diretor-geral de Ouvidoria

Felipe Costa da S. Nascimento – Diretor-geral de TI & Operações

Jabis de Mendonca Alexandre – Diretor-geral de Automóveis

Julio Cezar Alves de Oliveira – Diretor-geral da Rede BB

Luis Carlos Guedes Pinto – Diretor-geral de Habitacional e Rural

Marcos Renato Coltri – Diretor-geral da Rede BB e Canais Eletrônicos

Mauricio Galian – Diretor-geral de Massificados e Affinities

Wady Jose Mourão Cury – Diretor-geral de Grandes Riscos

Gestão dos indicadores

GRI G4-19, G4-20, G4-21, G4-24, G4-25, G4-26 e G4-27

CATEGORIA	OBJETIVOS MAPFRE BRASIL	ASPECTO/INDICADOR		LIMITE DOS ASPECTOS	POR QUE O ASPECTO É MATERIAL
ECONÔMICA	Desenvolvimento do mercado	Desempenho econômico	G4 - EC1 G4 - EC2 G4 - EC3 G4 - EC4	Interno	O desempenho financeiro da empresa impacta aproximadamente 38 milhões de stakeholders, entre colaboradores, corretores, fornecedores e clientes.
	Universalização do seguro	Presença de mercado	G4 - EC5 G4 - EC6	Interno/ Externo	A MAPFRE Brasil procura entender as necessidades específicas dos públicos de diferentes classes sociais, atuando no desenvolvimento de produtos e serviços de acordo com essas demandas e mantendo uma atuação direcionada para a universalização do acesso a mecanismos de segurança para a população, em todo o território brasileiro.
AMBIENTAL	Desenvolvimento do mercado	Energia	G4 - EN3 G4 - EN4 G4 - EN5 G4 - EN6 G4 - EN7	Externo	A MAPFRE é uma das principais empresas dos segmentos de seguros, globalmente e no Brasil. Portanto, consideramos ser importante atuarmos internamente, para fomentarmos uma melhor gestão energética em nossa cadeia de relacionamento.
	Desenvolvimento do mercado	Emissões	G4 - EN15 G4 - EN16 G4 - EN17 G4 - EN18 G4 - EN19 G4 - EN20 G4 - EN21	Externo	A MAPFRE é uma das principais empresas dos segmentos de seguros, globalmente e no Brasil. Portanto, consideramos ser importante atuarmos internamente, para fomentarmos uma melhor gestão das emissões em nossa cadeia de relacionamento.
	Universalização do seguro	Produtos e serviços	G4 - EN27 G4 - EN28	Externo	A MAPFRE é uma das principais empresas dos segmentos de seguros, globalmente e no Brasil. Portanto, consideramos ser importante atuarmos internamente, para fomentarmos uma melhor gestão sobre produtos e serviços ambientalmente responsáveis em nossa cadeia de relacionamento.
	Desenvolvimento do mercado	Conformidade (ambiental)	G4 - EN29	Externo	A MAPFRE é uma das principais empresas dos segmentos de seguros, globalmente e no Brasil. Portanto, consideramos ser importante atuarmos internamente, para fomentarmos uma melhor gestão sobre a conformidade ambiental em nossa cadeia de relacionamento.
	Desenvolvimento do mercado	Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a impactos ambientais	G4 - EN34	Externo	A rede é tão complexa e, por isso, lança mão de diversos mecanismos de escuta para estimular o diálogo entre os diversos <i>stakeholders</i> e a construção conjunta de valor.

Além de buscar a solidez, com investimentos de longo prazo, para que os serviços prestados sejam efetivos e tenham resiliência, adota-se a gestão de valor compartilhado para garantir a distribuição do desempenho econômico aos stakeholders.

O objetivo da empresa é atingir os 200 milhões de brasileiros, a partir de uma estratégia de abordagem multicanal e multissetor.

A empresa adota um modelo de gestão da sustentabilidade que prevê a aplicação de políticas e princípios internacionais pela MAPFRE BRASIL, como a Política Energética, além de ser signatária de diversos pactos que norteiam e reafirmam esse posicionamento.

- Projetos desenvolvidos:
- Eficiência Energética
 - Bicicletas Elétricas

A empresa adota um modelo de gestão da sustentabilidade que prevê a aplicação de políticas e princípios internacionais pela MAPFRE BRASIL, como a Política de Meio Ambiente, além de ser signatária de diversos pactos que norteiam e reafirmam esse posicionamento.

- Projetos desenvolvidos:
- Eficiência Energética
 - Bicicletas Elétricas

A empresa adota um modelo de gestão da sustentabilidade que prevê a aplicação de políticas e princípios internacionais pela MAPFRE BRASIL, como a Política de Meio Ambiente, além de ser signatária de diversos pactos que norteiam e reafirmam esse posicionamento.

- Projetos desenvolvidos:
- Villa Ambiental
 - Pomar Urbano
 - Frente e Verso
 - Recicla BBMAPFRE
 - Pátio de Salvados

A empresa adota um modelo de gestão da sustentabilidade que prevê a aplicação de políticas e princípios internacionais pela MAPFRE BRASIL, além de ser signatária de diversos pactos que norteiam e reafirmam esse posicionamento.

A empresa adota um modelo de gestão da sustentabilidade que prevê a aplicação de políticas e princípios internacionais pela MAPFRE BRASIL, além de ser signatária de diversos pactos que norteiam e reafirmam esse posicionamento.

Pela adoção dos indicadores GRI, pelas DFs (Demonstrações Financeiras) publicadas nos últimos anos e pela gestão de todos os indicadores financeiros, que estão atrelados aos objetivos de longo prazo e a uma estrutura de governança sólida.

Essa busca se dá pela gestão de indicadores que abrangem produtos específicos para cada segmento, pontos de venda, diálogo com clientes, pesquisa de mercado e demandas da sociedade e ferramentas de marketing, pesquisa de satisfação (clientes internos e cliente final), além do constante trabalho de atualização e estruturação da rede comercial.

Decorrente dessa Política Energética, todos os indicadores referentes a energia são controlados por meio do Sistema de Gestão Ambiental, que segue os padrões da NBR ISO 14001 (com verificação interna), além das premissas do GHG Protocol.

Decorrente dessa Política de Meio Ambiente, todos os indicadores referentes a emissões são controlados por meio do Sistema de Gestão Ambiental, que segue os padrões da NBR ISO 14001 (com verificação interna), além das premissas do GHG Protocol.

Número de apólices com aspectos ambientais.

Por meio da implantação da norma ISO 14001, do painel de controle e do acompanhamento da aderência legal do estuto em relação à legislação.

Avaliação constante da quantidade e qualidade de queixas enviadas pelos seguintes canais: treinamentos, *e-mails* e solicitações via *web*.

CATEGORIA	OBJETIVOS MAPFRE BRASIL	ASPECTO/INDICADOR	LIMITE DOS ASPECTOS	POR QUE O ASPECTO É MATERIAL	
PRÁTICAS TRABALHISTAS	Desenvolvimento do mercado	Emprego	G4 - LA 1 G4 - LA 2 G4 - LA 3	Interno	Por ser uma empresa de serviços, e o setor de seguros ser um segmento competitivo, a demanda por talentos é uma questão de diferenciação de mercado.
	Desenvolvimento do mercado	Treinamento e educação	G4 - LA 9 G4 - LA 10 G4 - LA 11	Interno/ externo	A MAPFRE Brasil entende que também é responsável por disseminar a cultura do seguro, por meio da formação e do desenvolvimento de seus colaboradores.
	Desenvolvimento do mercado	Diversidade e Igualdade de oportunidades	G4 - LA 12	Interno	Atualmente, cerca de 24% da população brasileira se declara com algum tipo de deficiência (segundo dados do IBGE, 2010). Para a MAPFRE Brasil, esse é um tema importante para o desenvolvimento do País e, por isso, a empresa procura atuar nessa área.
	Desenvolvimento do mercado	Avaliação de fornecedores em práticas trabalhistas	G4 - LA 16	Interno/ Externo	A MAPFRE Brasil atua em cadeias diversas, fortes e frágeis, e o trabalho em conjunto com segmentos considerados frágeis e mais vulneráveis deve ser acompanhado para que não haja riscos para a reputação da empresa.
DIREITOS HUMANOS	Desenvolvimento do mercado	Investimentos	G4 -HR1 G4 -HR2	Externo	Em decorrência do porte do seu negócio, a MAPFRE Brasil está ciente de que é capaz de impactar uma grande rede de stakeholders, formada por colaboradores, corretores, fornecedores e clientes que, somados, totalizam aproximadamente 38 milhões de beneficiários. A empresa atua de maneira a servir de exemplo para a sua cadeia de relacionamento.
	Desenvolvimento do mercado	Trabalho infantil	G4 -HR5	Externo	Por entender que fornecedores e parceiros de cadeias fragmentadas estariam mais suscetíveis a riscos sociais, a MAPFRE Brasil adota o Modelo de Gestão Estratégica de Fornecedores, que busca disseminar e incentivar a adoção de práticas sustentáveis entre os principais fornecedores, em linha com os valores e princípios dos quais a empresa é signatária, mitigando riscos e melhorando o relacionamento.
	Desenvolvimento do mercado	Trabalho forçado ou análogo ao escravo	G4 -HR6	Externo	Por entender que fornecedores e parceiros de cadeias fragmentadas estariam mais suscetíveis a riscos sociais, a MAPFRE Brasil adota o Modelo de Gestão Estratégica de Fornecedores, que busca disseminar e incentivar a adoção de práticas sustentáveis entre os principais fornecedores, em linha com os valores e princípios dos quais a empresa é signatária, mitigando riscos e melhorando o relacionamento.
	Desenvolvimento do mercado	Avaliação de fornecedores em direitos humanos	G4 -HR10 G4 -HR11	Externo	Por entender que fornecedores e parceiros de cadeias fragmentadas estariam mais suscetíveis a riscos sociais, a MAPFRE Brasil adota o Modelo de Gestão Estratégica de Fornecedores, que busca disseminar e incentivar a adoção de práticas sustentáveis entre os principais fornecedores, em linha com os valores e princípios dos quais a empresa é signatária, mitigando riscos e melhorando o relacionamento.
	Desenvolvimento do mercado	Mecanismos de queixa e reclamações associados a direitos humanos	G4 -HR12	Externo	A rede é tão complexa e, por isso, lança mão de diversos mecanismos de escuta para estimular o diálogo entre os diversos stakeholders e a construção conjunta de valor.

<p>Por meio de mecanismos de atração e um pacote diferenciado de benefícios. Projeto desenvolvido: • MAPFRE PREV</p>	<p>Número de colaboradores, benefícios e pesquisa de satisfação.</p>
<p>A MAPFRE Brasil conta com um plano de desenvolvimento profissional formado por ações de capacitação, trilha do conhecimento e os encontros da Academia de Sustentabilidade, que disseminam conhecimento sobre o tema para os colaboradores. Projetos desenvolvidos: • Treinamento, formação e capacitação • Academias de Sustentabilidade • Sistema de Gerenciamento de Desempenho (SGD)</p>	<p>Quantidade de horas de treinamento.</p>
<p>A MAPFRE Brasil procura atender à demanda desse público a partir de políticas, estratégias e iniciativas que estimulem a igualdade, pela adequação física do call center e pelo desenvolvimento de novas unidades. Além de contratar pessoas com deficiência, apoia a realização de projetos socioculturais que contribuem para melhorar a qualidade de vida dessas pessoas.</p>	<p>Número de colaboradores com deficiência.</p>
<p>A partir do estudo da cadeia de valor como um todo, para entender seus riscos e oportunidades, e da inclusão de procedimentos internos como cláusulas contratuais e ações que estimulem a cadeia de valor a adotar melhores práticas. Projetos desenvolvidos: • Manual de Compras Sustentáveis (CEBDS) • Pesquisa Ibope de Fornecedores • Academias de Sustentabilidade • Workshop de Inspeção de Riscos • Gestão Estratégica de Fornecedores • Política de Gestão de Riscos</p>	<p>Contratos com cláusulas trabalhistas, contato periódico com fornecedores, encontros da Academia de Sustentabilidade e criação do Manual de Compras CEBDS.</p>
<p>A estratégia de patrocínio da empresa compreende as regras para seleção, avaliação e acompanhamento dos resultados dos investimentos com foco na geração de valor compartilhado. Em 2013, houve o investimento em 21 projetos em todo o País.</p>	<p>Resultados dos projetos socioculturais.</p>
<p>A partir do estudo da cadeia de valor como um todo, para entender seus riscos e oportunidades, e da inclusão de procedimentos internos como cláusulas contratuais e ações que estimulem a cadeia de valor a adotar melhores práticas. Projetos desenvolvidos: • Academias de Sustentabilidade • Política de Gestão de Riscos</p>	<p>Políticas internas, contratos e estímulo à cadeia de valor.</p>
<p>A partir do estudo da cadeia de valor como um todo, para entender seus riscos e oportunidades, e da inclusão de procedimentos internos como cláusulas contratuais e ações que estimulem a cadeia de valor a adotar melhores práticas. Projetos desenvolvidos: • Academias de Sustentabilidade • Política de Gestão de Riscos</p>	<p>Políticas internas, contratos e estímulo à cadeia de valor.</p>
<p>A partir do estudo da cadeia de valor como um todo, para entender seus riscos e oportunidades, e da inclusão de procedimentos internos como cláusulas contratuais e ações que estimulem a cadeia de valor a adotar melhores práticas. Projetos desenvolvidos: • Manual de Compras Sustentáveis (CEBDS) • Workshop de Inspeção de Riscos • Gestão Estratégica de Fornecedores • Política de Gestão de Riscos</p>	<p>Políticas internas, contratos e estímulo à cadeia de valor.</p>
<p>Sistemática de escuta e avaliação por meio de diversas formas de canais de comunicação.</p>	<p>Diversos canais de comunicação. Projetos desenvolvidos: • POP e Ouvidoria</p>

CATEGORIA	OBJETIVOS MAPFRE BRASIL	ASPECTO/INDICADOR	LIMITE DOS ASPECTOS	POR QUE O ASPECTO É MATERIAL	
SOCIEDADE	Desenvolvimento do mercado	Combate à corrupção	G4 - SO3 G4 - SO4 G4 - SO5	Externo	Pela regulamentação do setor, pela importância de minimizar riscos ao negócio e pela importância do papel da MAPFRE Brasil para mudar essa situação.
	Desenvolvimento do mercado	Conformidade (social)	G4 - SO8	Externo	Considerando seu porte e sua origem e pelo seu vínculo com a sociedade, a MAPFRE Brasil entende a conformidade de natureza social como algo indispensável à sua atuação.
	Universalização do seguro	Políticas públicas	G4 - SO9 G4 - SO10	Externo	Considerando seu porte e sua origem e pelo seu vínculo com a sociedade, a MAPFRE Brasil entende que, mais do que cumprir a legislação, é necessário atuar como indutor da criação de políticas públicas.
	Desenvolvimento do mercado	Mecanismos de queixa e reclamações associados a impactos na sociedade	G4 - SO11	Externo	A rede é tão complexa e, por isso, lança mão de diversos mecanismos de escuta para estimular o diálogo entre os diversos stakeholders e a construção conjunta de valor compartilhado.
RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO	Universalização do seguro	Rotulagem de produtos e serviços	G4-PR3 G4-PR4 G4-PR5	Externo	A MAPFRE Brasil tem como princípio manter uma comunicação clara com seus públicos de interesse e, para isso, acredita ser necessária uma comunicação sucinta, transparente e adequada, principalmente no momento em que o cliente tem acesso a seus produtos e serviços.
	Universalização do seguro	Comunicação e marketing	G4-PR6 G4-PR7	externo	A MAPFRE Brasil tem como princípio manter uma comunicação clara com seus públicos de interesse.
	Universalização do seguro	Privacidade do cliente	G4-PR8	Externo	Pelo princípio de que a MAPFRE Brasil possui de manter a privacidade de seus clientes pela existência do órgão regulador.
	Desenvolvimento do mercado	Conformidade (produto)	G4-PR9	Externo	A MAPFRE Brasil tem como princípio manter uma comunicação clara com seus públicos de interesse e, por isso, considera a conformidade da natureza do produto como algo indispensável à sua atuação.

Conjunto de políticas e ações definidas no Código de Bom Governo, aplicáveis a todos os stakeholders.
 Projetos desenvolvidos:
 Cursos e-learning
 Código de Bom Governo
 Participação em entidades de classe

A MAPFRE mensura e divulga seus resultados para todos os públicos, comprovando o valor gerado aos envolvidos.
 • Princípios para Sustentabilidade em Seguros (PSI)
 • International Integrated Reporting Council (IIRC)
 • Pacto Global
 • Objetivos do Milênio
 • Global Reporting Initiative (GRI), para divulgar seu relatório de sustentabilidade

A partir de ações de transparência e pela atuação com entidades de entidades de classe.
 Projeto desenvolvido:
 • Segurês

Por meio do registro e do acompanhamento de multas significativas.

A partir de ações de transparência e pela atuação com entidades de entidades de classe.
 Participação em eventos:
 • Fórum Exame de Sustentabilidade
 • Seminário sobre Salvados
 • Leaders Summit 2013

Em suas interações com entidades de classe.
 • Integrante da Comissão de Sustentabilidade da CNSEg (Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização)
 • Presidência da Câmara Temática de Mobilidade Urbana do CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável)

A empresa está aberta às manifestações de seus públicos e procura trabalhar as informações recebidas, fazendo as modificações quando necessário.

Diversos canais de comunicação.

Por meio de órgãos reguladores, como o Conar. Além disso, a MAPFRE BRASIL conta com uma política de comunicação clara, voltada para o desenvolvimento do mercado. Iniciativas desenvolvidas:
 • Lançamento de uma ferramenta online que permite ao cliente de Automóveis acompanhar o andamento do sinistro diretamente via internet
 • Desenvolvimento de produtos com características específicas para atender às demandas das classes mais baixas, que beneficiaram 3,5 milhões de pessoas em 2013
 • Inclusão de serviços sustentáveis de assistência, como o Descarte Inteligente e a Consultoria Ambiental, na cobertura dos seguros residenciais para disseminar boas práticas de sustentabilidade à sociedade
 • Utilização de novas abordagens, como as vendas por telemarketing, para a comercialização de seguros de Vida.

Número de participantes em palestras; horas de treinamento em formação e capacitação para os parceiros comerciais; número de pessoas participantes e de encontros de Academias de Sustentabilidade; e número de visitas mensais do atendimento da equipe comercial.

Este Aspecto está expresso na Política de Responsabilidade Social da MAPFRE Brasil, que conta ainda com diversos canais de comunicação disponíveis para todos os públicos.
 Iniciativas desenvolvidas:
 • SEMINÁRIOS FUNENSEG – AGRONEGÓCIOS E SUSTENTABILIDADE

Número total de incidentes causados pelo descumprimento das regulamentações relativas às comunicações de marketing,

Mantém órgãos internos encarregados defender o segurado, a Ouvidoria e Defensor do Segurado acompanhamento de reclamações devidamente fundamentadas com relação ao respeito da privacidade

Número total de reclamações devidamente fundamentadas com relação ao respeito à privacidade e ao vazamento de dados pessoais do cliente.

A partir de uma forte participação setorial, a MAPFRE BRASIL fortalece sua comunicação e diálogo com os stakeholders:
 • Preside o Comitê de Sustentabilidade da Câmara Oficial Espanhola de Comércio no Brasil, criado em 2013 para fortalecer e disseminar a cultura de sustentabilidade entre as empresas participantes
 • Integra a Comissão de Sustentabilidade da CNSEg (Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização)
 • Preside a Câmara Temática de Mobilidade Urbana do CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável) e é integrante de outras câmaras da entidades, destinadas a discutir os seguintes temas: finanças, clima, compras sustentáveis, materiais e comunicação

Políticas internas, regulamentação e inexistência de multas.

Índice remissivo GRI

GRI G4-32

Para a divulgação de seu Relatório de Sustentabilidade, a opção “de acordo” escolhida pela MAPFRE Brasil para o modelo GRI G4 é a Essencial.

CONTEÚDOS PADRÃO GERAIS		Página/Respostas	Verificação Externa (Pág. 71)	Nível de informação
ESTRATÉGIA E ANÁLISE				
G4-1	Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão na organização.	p. 1	Sim	Completo
G4-2	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades.	p. 16	Sim	Completo
PERFIL ORGANIZACIONAL				
G4-3	Nome da organização.	p. 13	Sim	Completo
G4-4	Principais marcas, produtos e/ou serviços.	p. 13	Sim	Completo
G4-5	Localização da sede.	p. 13	Sim	Completo
G4-6	Número de países em que a organização opera.	p. 13	Sim	Completo
G4-7	Tipo e natureza jurídica da propriedade.	p. 13	Sim	Completo
G4-8	Mercados atendidos.	p. 13	Sim	Completo
G4-9	Porte da organização.	p. 13, p. 39, p. 47	Sim	Completo
G4-10	Número total de empregados.	p. 27	Sim	Completo
G4-11	Percentual do total de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva, com exceção dos Colaboradores da DG de Assistência e Pós Vendas, registrados no SINTETEL – Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações no Estado de São Paulo, dos Presidentes e Diretores Estatutários.	p. 27	Sim	Completo
G4-12	Descreva a cadeia de fornecedores da organização.	p. 30	Sim	Completo
G4-13	Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório.	p. 7	Sim	Completo
G4-14	Princípio da Precaução.	p. 19	Sim	Completo
G4-15	Cartas, princípios ou outras iniciativas externas subscritas ou endossadas.	p. 19	Sim	Completo
G4-16	Participação em associações e/ou organismos.	p. 19	Sim	Completo
ASPECTOS MATERIAIS IDENTIFICADOS E LIMITES				
G4-17	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas ou documentos equivalentes da organização.	p. 7, p. 13	Não	Completo
G4-18	Processo para definição do conteúdo do relatório e os limites dos Aspectos.	p. 7, p. 17	Sim	Completo
G4-19	Aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo do relatório.	p. 17	Sim	Completo
G4-20	Limite do Aspecto dentro da organização.	p. 17	Sim	Completo
G4-21	Limite do Aspecto fora da organização.	p. 17	Sim	Completo
G4-22	Efeitos de reformulações anteriores de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para essas reformulações.	p. 7	Sim	Completo
G4-23	Alterações significativas em relação a períodos cobertos por relatórios anteriores em escopo e limites de aspecto.	p. 7	Sim	Completo
ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS				
G4-24	Relação de grupos de stakeholders engajados pela organização.	p. 27	Sim	Completo
G4-25	Base usada para a identificação e seleção de stakeholders para engajamento.	p. 27	Sim	Completo
G4-26	Abordagem adotada pela organização para envolver os stakeholders, inclusive a frequência do seu engajamento discriminada por tipo e grupo, com uma indicação de que algum engajamento foi especificamente promovido como parte do processo de preparação do relatório.	p. 27	Sim	Completo
G4-27	Principais tópicos e preocupações levantadas durante o engajamento de stakeholders e medidas adotadas para abordar esses tópicos e preocupações, inclusive no processo de relatá-las. Relate os grupos de stakeholders que levantaram cada uma das questões e preocupações mencionadas.	p. 17	Sim	Completo

PERFIL DO RELATÓRIO

G4-28	Período coberto pelo relatório.	p. 7	Sim	Completo
G4-29	Data do relatório anterior mais recente.	p. 7	Sim	Completo
G4-30	Ciclo de emissão de relatórios.	p. 7	Sim	Completo
G4-31	Dados para contato.	p. 7	Sim	Completo
G4-32	Tabela que identifica a localização das informações no relatório.	p. 63	Sim	Completo
G4-33	Política e prática relativa à busca de verificação externa.	p. 7, p. 62	Sim	Completo

GOVERNANÇA

G4-34	Estrutura de governança.	p. 21	Sim	Completo
-------	--------------------------	-------	-----	----------

ÉTICA E INTEGRIDADE

G4-56	Declarações 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.	p. 19	Sim	Completo
-------	--	-------	-----	----------

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS MATERIAIS

ASPECTOS MATERIAIS		Informações sobre a forma de gestão e indicadores	Omissões	Verificação externa (Pág. 71)
Ref. GRI	Página / Resposta			
DESEMPENHO ECONÔMICO				
G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65		N/A	Sim
G4-EC1	p. 25, p. 45, p. 56		N/A	Não
G4-EC2	p. 16		N/A	Sim
G4-EC3	É fornecido aos colaboradores plano de previdência privada com as seguintes características: desenhado especialmente para os colaboradores; contribuição básica do participante (de 1% a 12 % do salário) e contribuição básica Companhia mensalmente (de 20 a 30%); colaborador escolhe o produto de contribuição; aceite de portabilidade; resgate a qualquer momento do valor contribuído pelo colaborador; possibilidades de aportes e contribuição suplementar.		N/A	Sim
G4-EC4	Não foi registrada assistência financeira recebida do governo.		N/A	Sim
PRESEÇA DE MERCADO				
G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65		N/A	Sim
G4-EC5	O menor salário praticado pela Empresa é 50,14% maior do que o salário mínimo atual, sendo que não há diferença de remuneração entre gêneros.		N/A	Sim
G4-EC6	Não há mensuração da proporção de membros da alta direção contratados em comunidades locais.		N/A	Sim
ENERGIA				
G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65		N/A	Sim
G4-EN3	p. 35		N/A	Sim
G4-EN4	p. 35		N/A	Não
G4-EN5	A MAPFRE não possui métricas de mensuração de intensidade energética.		N/A	Não
G4-EN6	Não houve nenhuma ação em 2013 que possa ser contabilizada e quantificada neste indicador.		N/A	Sim
G4-EN7	A MAPFRE não possui métricas para reduções de requisitos energéticos de produtos e serviços.		N/A	Sim
EMISSIONES				
G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65		N/A	Sim
G4-EN15	p. 35		N/A	Sim
G4-EN16	p. 35		N/A	Sim
G4-EN17	p. 35		N/A	Sim
G4-EN18	A MAPFRE não possui métricas de mensuração de gases do efeito estufa.		N/A	Sim
G4-EN19	2013 foi o primeiro ano em que as emissões foram mensuradas de acordo com o GHG Protocol. As reduções passarão a ser acompanhadas a partir de então.		N/A	Sim
G4-EN20	Em 2013 foram emitidas 3,74 x 10 ⁻³ ton. equivalentes de CFC (devido ao uso do gás R-22, utilizando taxa de conversão de 0,055).		N/A	Sim
G4-EN21	Não se aplica à MAPFRE Brasil.		N/A	Não
PRODUTOS E SERVIÇOS				
G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65		N/A	Sim
G4-EN27	Em 2013, foram gastos R\$ 280.4313,00 com o processo de gestão do meio ambiente.		N/A	Sim
G4-EN28	Não se aplica à MAPFRE Brasil.		N/A	Sim
CONFORMIDADE (EN)				
G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65		N/A	Sim
G4-EN29	Não foram registradas multas em decorrência de não conformidade.		N/A	Sim
MECANISMOS DE QUEIXAS E RECLAMAÇÕES RELACIONADAS A IMPACTOS AMBIENTAIS				
G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65		N/A	Sim
G4-EN34	p. 35		N/A	Sim

ASPECTOS MATERIAIS	Informações sobre a forma de gestão e indicadores		Omissões	Verificação externa (Pág. 71)																														
	Ref. GRI	Página / Resposta																																
EMPREGO																																		
	G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65	N/A	Sim																														
	G4-LA1	GRUPO BB E MAPFRE Colaboradores admitidos: 1.537. Colaboradores Demitidos: 1.065. Rotatividade: 0,1965 MAPFRE Serviços Financeiros Colaboradores admitidos: 128. Colaboradores demitidos: 36. Rotatividade: 0,300. Rotatividade = (nº de demissões + nº de admissões)/2/nº de colaboradores ativos	N/A	Sim																														
	G4-LA2	p. 27	N/A	Sim																														
	G4-LA3	p. 27	N/A	Sim																														
TREINAMENTO E EDUCAÇÃO																																		
	G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65	N/A	Sim																														
	G4-LA9	p. 27	N/A	Sim																														
	G4-LA10	p. 27	N/A	Sim																														
	G4-LA11	p. 27 Todos os colaboradores que estão no período de experiência (3 meses) não são cadastrados no SGD.	N/A	Sim																														
DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES																																		
	G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65	N/A	Sim																														
	G4-LA12	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Faixa etária</th> <th>Homens</th> <th>Mulheres</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Até 25 anos</td> <td>600</td> <td>1312</td> </tr> <tr> <td>De 26 até 35 anos</td> <td>1070</td> <td>1940</td> </tr> <tr> <td>De 36 até 45 anos</td> <td>566</td> <td>844</td> </tr> <tr> <td>De 46 até 55</td> <td>206</td> <td>259</td> </tr> <tr> <td>Acima de 55 anos</td> <td>58</td> <td>37</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Nível</th> <th>Homens</th> <th>Mulheres</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Estratégico ¹</td> <td>38</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Tático ²</td> <td>492</td> <td>439</td> </tr> <tr> <td>Operacional ³</td> <td>1970</td> <td>3948</td> </tr> </tbody> </table> <small>1- sócios, proprietários, presidente, CEO, diretoria; 2- gerentes, supervisores, coordenadores, líderes de projetos e outras funções de gerência intermediária 3- técnicos e operadores em geral</small>	Faixa etária	Homens	Mulheres	Até 25 anos	600	1312	De 26 até 35 anos	1070	1940	De 36 até 45 anos	566	844	De 46 até 55	206	259	Acima de 55 anos	58	37	Nível	Homens	Mulheres	Estratégico ¹	38	5	Tático ²	492	439	Operacional ³	1970	3948	N/A	Não
Faixa etária	Homens	Mulheres																																
Até 25 anos	600	1312																																
De 26 até 35 anos	1070	1940																																
De 36 até 45 anos	566	844																																
De 46 até 55	206	259																																
Acima de 55 anos	58	37																																
Nível	Homens	Mulheres																																
Estratégico ¹	38	5																																
Tático ²	492	439																																
Operacional ³	1970	3948																																
AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES EM PRÁTICAS TRABALHISTAS																																		
	G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65	N/A	Sim																														
	G4-LA14	p. 30	N/A	Sim																														
	G4-LA15	p. 30	N/A	Sim																														
INVESTIMENTOS																																		
	G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65	N/A	Sim																														
	G4-HR1	p. 32	N/A	Sim																														
	G4-HR2	Não há mensuração do total de horas de treinamento de colaboradores em direitos humanos, mas como este é um dos valores da Empresa, o tema sempre é destacado em treinamentos e materiais de comunicação.	N/A	Não																														
TRABALHO INFANTIL																																		
	G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65	N/A	Sim																														
	G4-HR5	p. 30	N/A	Sim																														
TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO																																		
	G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65	N/A	Sim																														
	G4-HR6	p. 30	N/A	Não																														

Ref. GRI

Página / Resposta

AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES EM DIREITOS HUMANOS

G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65	N/A	Sim
G4-HR10	p. 30	N/A	Não
G4-HR11	p. 30	N/A	Não

MECANISMOS DE QUEIXA E RECLAMAÇÕES ASSOCIADOS A DIREITOS HUMANOS

G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65	N/A	Sim
G4-HR12	Não foram registradas em 2013 queixas ou reclamações relacionadas a direitos humanos.	N/A	Não

COMBATE À CORRUPÇÃO

G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65	N/A	Sim
G4-SO3	p. 32	N/A	Sim
G4-SO4	p. 32	N/A	Sim
G4-SO5	Não houve casos de corrupção.	N/A	Não

CONFORMIDADE (SO)

G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65	N/A	Sim
G4-SO8	Não houve multas em decorrência de não conformidade.	N/A	Sim

POLÍTICAS PÚBLICAS

G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65	N/A	Sim
G4-SO6	A MAPFRE Brasil não contribui financeiramente com nenhum partido político	N/A	Sim

MECANISMOS DE QUEIXA E RECLAMAÇÕES ASSOCIADOS A IMPACTOS NA SOCIEDADE

G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65	N/A	Sim
G4-SO11	Não foram registradas em 2013 queixas ou reclamações relacionadas à sociedade.	N/A	Não

ROTULAGEM DE PRODUTOS E SERVIÇOS

G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65	N/A	Sim
G4-PR3	Não se aplica à MAPFRE Brasil.	N/A	Não
G4-PR4	Não houve casos de não conformidade relativos à rotulagem de produtos e serviços.	N/A	Sim
GR-PR5	p. 31	N/A	Sim

COMUNICAÇÃO E MARKETING

G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65	N/A	Sim
G4-PR6	p. 31	N/A	Sim
G4-PR7	p. 31	N/A	Sim

PRIVACIDADE DO CLIENTE

G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65	N/A	Sim
G4-PR8	p. 31	N/A	Sim

CONFORMIDADE (PR)

G4-DMA	p. 62, p. 63, p. 64, p. 65	N/A	Sim
G4-PR9	p. 31	N/A	Sim

VERIFICAÇÃO EXTERNA DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2013 DA MAPFRE BRASIL

A MAPFRE Brasil submete seus relatórios anuais de sustentabilidade à verificação externa realizada por organização acadêmica parceira, além da auditoria, a fim de ampliar o diálogo com a sociedade e garantir maior transparência ao trabalho.

Em 2013, a verificação foi realizada em parceria com o Núcleo de Pesquisa em Organizações, Sociedade e Sustentabilidade (NOSS) da EACH-USP, sob a coordenação da Prof.^a Dr.^a Sylmara Gonçalves Dias, doutora em Ciência Ambiental (USP), e do Prof. Dr. Alexandre Toshio Igari, doutor em Ecologia (IB-USP).

> Conteúdo do Relatório

A MAPFRE Brasil relatou as informações com transparência e em quantidade suficiente, garantindo expressividade às respostas, como é o caso do indicador EC-1(a). O conteúdo do relatório foi apresentado de forma objetiva e acessível aos *stakeholders*, os quais são mencionados e contemplados nas ações da Empresa em indicadores como o G4-12, com descrição detalhada.

A organização optou por relatar um grande número de aspectos materiais (24 aspectos), o que permitiu um amplo panorama, porém alguns dos indicadores que compõem esses aspectos tiveram respostas (G4-LA12 e G4-HR6).

A Empresa mostrou-se preocupada em fornecer informações completas e em grande quantidade no que diz respeito aos *stakeholders* e seus interesses, principalmente com relação às emissões de poluentes, como é possível perceber nos indicadores G4-EN15, G4-EN16 e G4-EN17. Recomenda-se a discriminação de metas para que a Empresa demonstre como pretende manter a melhora contínua de seu desempenho.

Um dos destaques foi a inserção das atividades da MAPFRE Brasil no contexto de sustentabilidade da sociedade, uma vez que a organização aborda de forma detalhada em alguns indicadores aspectos ambientais e sociais, como o princípio da precaução, no indicador G4-14, e a distinção de gênero, no G4-10.

> Qualidade do Relatório

A MAPFRE apresenta um relato transparente, apresentando respostas para indicadores relacionados a temas delicados como o combate à corrupção (G4-SO4). As informações também são, em sua maioria, relatadas de forma precisa e detalhada; a exatidão do relatório foi visível dentre os indicadores respondidos, como é o caso do indicador G4-HR1.

Existe, entretanto, a oportunidade de desenvolver a comparabilidade de dados históricos, que evidenciaria os avanços na gestão de questões materiais e essenciais, a exemplo do que foi reportado em alguns indicadores, como o G4-10, em que são destacadas as mudanças significativas que ocorreram na organização em relação aos anos anteriores.

> Formas de gestão de aspectos materiais

É possível notar que a Empresa adota um modelo de gestão da sustentabilidade e que os DMAs (Disclosure Management

Approach) estão bem fundamentados em princípios da Empresa e em políticas internas. No entanto, muitas vezes a mesma resposta foi aplicada para DMAs diferentes, sem deixar claro se há uma gestão para cada um dos aspectos, além do risco de se utilizar as mesmas respostas para DMAs diferentes entre si, como nos aspectos ambientais.

> Conclusão

A MAPFRE Brasil publica seu 9º Relatório de Sustentabilidade e opta, neste ano, por adotar, de forma pioneira, o recém-publicado padrão GRI G4, o que confere mais transparência quanto aos aspectos materiais geridos. Verificamos também que a Empresa relata a opção “de acordo” – padrão essencial, seguindo-a apropriadamente.

São Paulo, abril 2014.

Coordenação

Prof.^a Dr.^a Sylmara Gonçalves Dias, professora do curso de Gestão Ambiental EACH-USP, doutora em Ciência Ambiental pela Universidade de São Paulo (Procam-USP) e doutora em Administração pela Escola de Administração de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (EAESP-FGV).

Prof. Dr. Alexandre Toshio Igari, doutor em Ecologia pelo Instituto de Biociências da Universidade de São Paulo (IB-USP).

Alunos participantes

Ana Caroline Garcia, Gabriel Joseph, Guilherme Abreu, Júlia Tonetto de Almeida, Stefani Stefanovich, Thais Camolesi Guimarães e Thais Mancini.

Créditos

O levantamento de informações para o *Relatório de Sustentabilidade 2013 da MAPFRE Brasil* contou com a colaboração das seguintes áreas:

- > Diretoria-geral de Administração e Finanças
- > Diretoria-geral de Assistência e Pós-Venda
- > Diretoria-geral de Controles Internos e Riscos
- > Diretoria-geral de Grandes Riscos
- > Diretoria Jurídica Corporativa
- > Diretoria-geral de Marketing e Comunicação
- > Diretoria-geral de Massificados e Microseguros
- > Diretoria-geral de Ouvidoria
- > Diretoria-geral de Planejamento e Controladoria
- > Diretoria-geral de Recursos Humanos
- > Diretoria-geral da Rede BB SH1
- > Diretoria-geral da Rede BB SH2
- > Diretoria-geral da Rede MAPFRE
- > Diretoria-geral de Seguros de Automóveis
- > Diretoria-geral de Seguros de Pessoas
- > Diretoria-geral de Seguros Rurais e Habitacional
- > Diretoria-geral de Tecnologia e Operações
- > Diretoria MAPFRE Previdência
- > Diretoria MAPFRE Investimentos
- > Diretoria MAPFRE Capitalização
- > Diretoria CESVI

DIREÇÃO-GERAL

Diretoria de Sustentabilidade

SUPERVISÃO EDITORIAL E REDAÇÃO

Gatopardo Comunicação - Silvia Martinelli

COORDENAÇÃO DE CONTEÚDO GRI

Via Gutenberg

ADAPTAÇÃO DO PROJETO GRÁFICO, DIAGRAMAÇÃO E FINALIZAÇÃO

Set Design

FOTOS

Arquivo MAPFRE

IMPRESSÃO

XXX

TIRAGEM

XXX



Relatório de Sustentabilidade 2013

