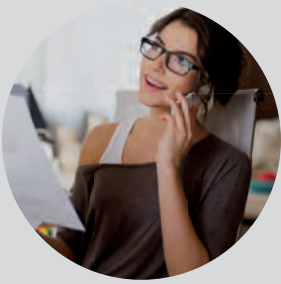
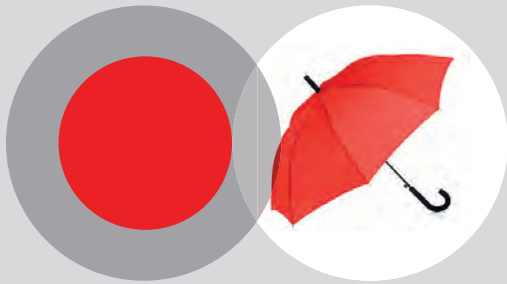


Relatório de Sustentabilidade

2015





SUMÁRIO

1. Mensagem da Administração	4
2. Informação geral	8
2.1. MAPFRE NO MUNDO	9
2.2. MAPFRE BRASIL	10
2.3. GOVERNANÇA CORPORATIVA	14
2.4. SOBRE O RELATÓRIO	19
3. Desenvolvimento sustentável	20
3.1. MATERIALIDADE E <i>STAKEHOLDERS</i>	21
3.2. MODELO DE GESTÃO DA SUSTENTABILIDADE	26
3.3. ATUAÇÃO ÉTICA E SOCIALMENTE RESPONSÁVEL	28
3.4. GESTÃO DE RISCOS	35
4. Resultados financeiros consolidados	38
4.1. ESTRATÉGIA E PERSPECTIVAS	39
4.2. DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO	40
5. Resultados operacionais	42
5.1. BRASIL ASSISTÊNCIA	43
5.2. GRUPO SEGURADOR BB E MAPFRE	45
5.3. MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS	55
6. Resultados compartilhados por stakeholder	60
6.1. COLABORADORES	64
6.2. FORNECEDORES	71
6.3. CLIENTES E SEGURADOS	73
6.4. CORRETORES E PARCEIROS DE NEGÓCIO	78
6.5. COMUNIDADE E SOCIEDADE	79
6.6. MEIO AMBIENTE	86
7. Informações complementares	90
7.1. INFORMAÇÕES CORPORATIVAS	91
7.2. SUMÁRIO DE CONTEÚDO DA GRI G4	92
7.3. CRÉDITOS	100



Mensagem da Administração

[G4-1]

Vivemos tempos de incertezas, cercados por dificuldades econômicas, sociais e políticas que afetam a todos. Com desempenho histórico acima da média de outros setores, a indústria de seguros também não está imune aos efeitos dessa crise global.


Para o mercado segurador brasileiro, 2015 foi um ano desafiador, impactado por uma série de fatores: baixo crescimento econômico, desvalorização do real, crescimento das taxas de juros, baixo desempenho das indústrias correlatas e uma consequente retração da demanda por seguro.

Mesmo diante desse ambiente de desaceleração da economia, a MAPFRE Brasil conseguiu desenvolver suas atividades de maneira satisfatória, registrando desempenho positivo em quase todos os segmentos em que opera e cumprindo as metas propostas para o ano.

A desvalorização do real obviamente afetou a representatividade do Brasil na posição global da MAPFRE, mas nos mantivemos a principal operação da MAPFRE fora da Espanha, com 20,5% das receitas totais.

Em linha com esse desempenho, fortalecemos o nosso posicionamento como uma seguradora multicanal, multidistribuidora e multiprodutos, com a implantação de melhorias nos processos de subscrição e captura de sinergias.

Ao mesmo tempo, demos continuidade ao processo de transformação para sermos uma companhia cada vez mais voltada ao cliente, segmentando nossa presença em diferentes mercados para atender aos mais variados tipos de consumidores, oferecendo o produto adequado para cada perfil.



Também nos mantivemos atentos à transformação digital, com a implementação de aproximadamente 200 projetos para evoluirmos na excelência da gestão técnica, que sempre foi um dos diferenciais da MAPFRE. Somente assim alcançaremos dois de nossos objetivos centrais: a satisfação do cliente e o cumprimento das metas de crescimento.

Esses, sem dúvida, foram pontos decisivos para que conquistássemos resultados positivos no ano. Encerramos 2015 com receitas de R\$ 17,9 bilhões, o que representa um crescimento de 4,8% em relação ao exercício anterior (R\$ 17 bilhões). O menor ritmo do crescimento de vendas não afetou nosso ritmo de evolução nos resultados: o lucro antes de impostos e participações subiu para R\$ 3 bilhões (28,5% superior ao de 2014) e o índice combinado ficou em 93,6% no ano, resultado do processo de contenção de gastos administrativos e operacionais.

Ao completar cinco anos de existência, em junho de 2016, o GRUPO SEGURADOR BB E MAPFRE fortaleceu sua presença no mercado, com 17,6% de participação e a manutenção da quarta posição entre os maiores grupos seguradores do Brasil e primeiro grupo segurador nos segmentos de Seguros de Riscos (excluindo produtos de acumulação e saúde). Nesse período, o volume de negócios mais que dobrou, com uma evolução significativa da eficiência e resultado operacional, garantindo uma atuação cada vez mais especializada e direcionada às necessidades dos nossos clientes.

Somos líderes no ramo de Seguro de Pessoas, com participação de 18,8%. Na carteira de Automóveis, chegamos ao final de 2015 com a segunda posição no *ranking*,

participação de mercado de 14,8% e frota de 2,8 milhões de veículos segurados.

Nos negócios da MAPFRE Serviços Financeiros, cuja atuação é direcionada para a oferta de produtos e soluções de acumulação financeira, também nos mantivemos focados na manutenção de resultados mesmo diante do cenário econômico desfavorável.

A unidade de Investimentos encerrou o ano com uma carteira sob gestão de R\$ 7,4 bilhões, sendo reconhecida por sua alta especialização e rentabilidade em fundos de investimentos destinados a clientes corporativos e individuais. A área de Previdência superou o volume de 120 mil planos e R\$ 2,9 milhões sob gestão (39% superior ao exercício anterior), e a atividade de Capitalização registrou incremento de 41% no ano, com prêmios totais de R\$ 136 milhões e uma atuação focada nos segmentos de incentivos, promoções e fianças locatícias.

Na atividade de Assistência, para enfrentar a maior competitividade do mercado, atuamos com margens menores e uma postura cautelosa e seletiva nos acordos comerciais. Reforçamos nossas provisões e, ao mesmo tempo, adotamos um posicionamento mais centrado no cliente, o que nos permitiu aperfeiçoar os índices de qualidade e produtividade no atendimento dos consumidores final e corporativo. Nesse segmento, auferimos receitas de R\$ 157 milhões.

A conquista desses resultados só foi possível graças à atuação do nosso time de colaboradores, que, com determinação e profissionalismo, ajudou a MAPFRE Brasil a superar os desafios. **[G4-1]**

Procuramos fomentar o esforço, a proatividade, a eficiência e o trabalho em equipe, que promove a troca de conhecimentos. Por isso, continuaremos investindo no aperfeiçoamento das potencialidades de nossa equipe, para que tenhamos sempre pessoas preparadas e engajadas no negócio e em suas demandas de crescimento.

Aliado a isso, priorizamos iniciativas e projetos capazes de agregar valor à empresa e aos negócios, além de contribuir para que alcancemos nossos objetivos de forma mais completa. Refletimos sobre os nossos pontos fortes e sobre como aproveitá-los ao máximo e, principalmente, focamos em rentabilidade e crescimento sustentável, que são a essência de nossa empresa.

Também mantivemos um olhar atento para as questões ambientais, sociais e de governança que impactam o nosso negócio, aprimorando a gestão dos riscos socioambientais com a identificação de novas oportunidades e liderando a cadeia de valor em busca de resultados integrados e benéficos para todos.

Cientes de que as mudanças climáticas são um dos principais desafios para o setor, avançamos no processo de monitoramento das condições climáticas, o que nos permitiu fortalecer a gestão de sinistros rurais, por exemplo, que é um dos setores mais afetados por esse aspecto, garantindo ações focadas no atendimento às consequências de eventos climáticos observados em várias regiões do nosso país.

No aspecto social, temos investido em iniciativas de educação financeira como uma solução capaz de contribuir para a expansão de mercado e melhorar o planejamento financeiro de setores menos favorecidos da sociedade.

Por tudo isso, 2015 foi um ano de muito trabalho e conquistas. Esse empenho rendeu e continuará rendendo frutos. Cientes de que a busca por uma gestão sustentável é uma trajetória longa e perene, continuaremos investindo no diálogo e na geração de valor para os demais *stakeholders*, estreitando relacionamento com os diferentes públicos e mantendo um alinhamento permanente com princípios internacionais dos quais somos signatários, como o Pacto Global, da ONU.

Somente uma empresa que mantém a sustentabilidade integrada ao seu negócio e à sua estratégia é capaz de gerar valor para os negócios e para os públicos com os quais se relaciona, além de apresentar riscos menores e gerar mais retorno financeiro.

Em linha com esse pensamento, continuaremos dando passos importantes nessa direção, orientando o nosso olhar para o cliente, aperfeiçoando nossa gestão técnica e estratégica e trabalhando para sermos uma organização cada vez mais eficiente e atenta à gestão de riscos futuros, minimizando o impacto de variáveis na administração do negócio. **[G4-1]**

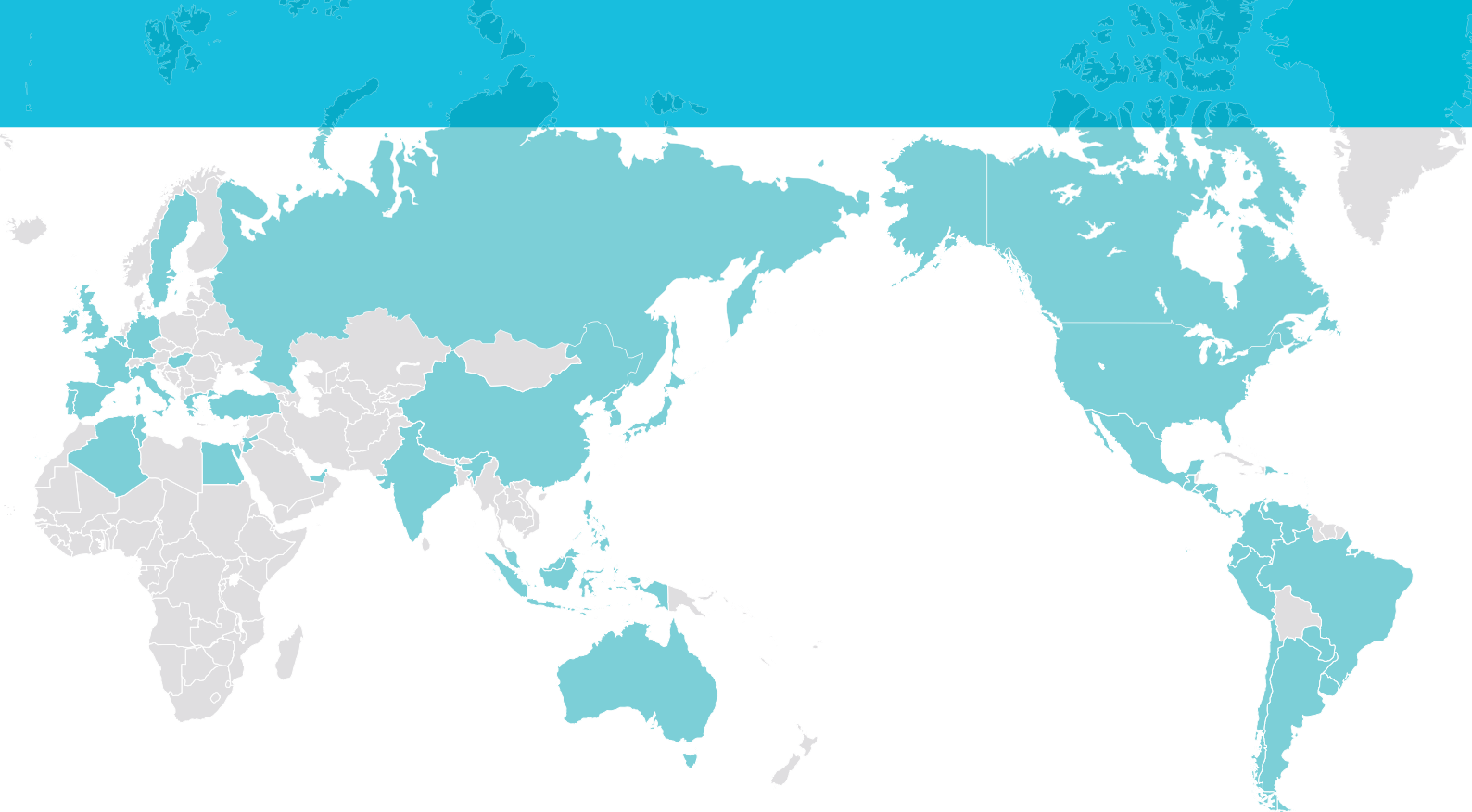
Wilson Toneto
CEO MAPFRE BRASIL

2



Informação geral





2.1. MAPFRE NO MUNDO

Com atuação nos ramos segurador, ressegurador, financeiro e de serviços, a MAPFRE consolidou sua atuação como a maior companhia espanhola de seguros no mundo e a 10ª maior seguradora da Europa. A empresa também é líder no segmento de seguros Não Vida na América Latina e está presente em praticamente todos os países da região, onde ocupa o posto de segundo maior grupo de seguros (Vida e Não Vida).

Por meio de 237 sociedades, opera em 51 países dos cinco continentes a partir de uma ampla rede de distribuição, composta por 5.848 agências próprias em todo o mundo (2.993 somente na Espanha), 8.932 agências de entidades bancárias e outros pontos de vendas que comercializam os seguros da MAPFRE graças a acordos de parceria. Os produtos são distribuídos por mais de 80 mil agentes e mediadores, dos quais 23 mil se encontram no Brasil.

No segmento de Assistência, a MAPFRE opera em 47 países e é a terceira maior empresa desse setor no mundo. Além disso, conta com uma resseguradora profissional (MAPFRE RE), que está entre as 15 maiores entidades no *ranking* mundial, e com uma empresa especializada na gestão de programas globais de seguros, a MAPFRE GLOBAL RISKS.

Em 2015, as receitas totais da MAPFRE alcançaram a marca de 26,7 bilhões de euros (R\$ 99 bilhões), com resultado líquido de 709 milhões de euros (cerca de R\$ 2,6 bilhões), ativos totais superiores a 63 bilhões de euros (R\$ 234 bilhões) e patrimônio líquido de 10,4 bilhões de euros (R\$ 38,7 bilhões).

MAPFRE EM NÚMEROS

presença em
51 países

36.778
colaboradores
em todo o mundo

distribuição de
431,1
milhões de euros
em dividendos

6.323
escritórios na
Espanha, sendo
2.993 escritórios
próprios e
3.330 agências
de entidades
bancárias

80.330
mediadores
(agentes,
delegados e
corretores)

2.2. MAPFRE BRASIL

Responsável por 20,5% das receitas totais do Grupo, a MAPFRE Brasil é a principal operação da MAPFRE fora da Espanha. Com sede na capital paulista e operações em todas as regiões brasileiras, conta com 7.342 colaboradores e uma ampla rede de distribuição, formada por 22.732 pontos de atendimento, sendo 890 corretores fidelizados (Corretores Mais), 21.715 corretores e 124 sucursais, que permitem atender aos mais de 5,3 milhões de clientes. **[G4-3, G4-5, G4-6, G4-8, G4-9]**

Em 2015, registrou receitas totais de R\$ 17,9 bilhões, o que representa um crescimento de 4,8% em relação ao ano anterior, com lucro líquido de R\$ 2 bilhões (35,1% superior ao ano anterior). Entre as mudanças ocorridas no exercício, destaca-se o início das operações comerciais do negócio de Seguro Saúde, que encerrou o ano com uma base de aproximadamente 10 mil vidas em carteira. **[G4-13]**

Suas atividades no país estão distribuídas entre três negócios distintos, sendo que tanto a MAPFRE Serviços Financeiros como o GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE não são pessoas jurídicas, e sim denominações de grupos de negócios que englobam, cada qual, várias empresas e atividades: **[G4-4, G4-7, G4-17]**

Brasil Assistência **[G4-9]**

A atuação da Brasil Assistência é direcionada para a oferta de soluções globais de assistência, gestão de serviços e riscos especiais destinadas a empresas dos segmentos segurador, financeiro, de automóvel, turismo e *affinities*.

Presente no Brasil desde 1992, é uma das líderes do mercado de prestação de serviços de assistência a pessoas, residências e veículos, destinados aos segmentos de seguro, automóvel, financeiro, viagens e turismo.

Com uma equipe formada por 649 colaboradores e 490 postos de atendimento, mantém índices positivos de relacionamento com os seus 130 clientes corporativos e mais de 18 milhões de beneficiários: 67% das ligações são atendidas em até 20 segundos, garantindo um índice de satisfação de 93%.

GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE **[G4-9]**

Líder brasileiro nos ramos em que atua, o GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE é resultado da aliança estratégica firmada entre os Grupos e materializada em junho de 2011.

No ano que completa cinco anos de existência, o GRUPO comemora o crescimento expressivo alcançado em todos os aspectos:

- 17,6% de participação de mercado;
- mais de 6 mil colaboradores;
- R\$ 16,7 bilhões em prêmios e contribuições;
- mais de R\$ 25 bilhões em indenizações devolvidas em prol da sociedade;
- 12 milhões de apólices emitidas com benefícios socioambientais.

Sua atuação em todo o território brasileiro é garantida por uma ampla rede de distribuição, formada por 65.975 pontos de vendas, distribuídos em:

- **Rede MAPFRE:** 21.134 pontos de atendimento, sendo 20.193 corretores, 817 corretores Mais e 124 sucursais;
- **Rede BB:** 7.231 pontos de atendimento próprios, sendo 5.424 agências e 1.807 postos de atendimento eletrônico;
- **Affinities:** acordos comerciais que agregam 37.610 pontos de distribuição em todo o país.

Para oferecer atendimento de qualidade aos mais de 10 milhões de clientes, mantém uma estrutura formada por três Centrais de Relacionamento (que totalizam 1.074 posições de atendimento), 66 unidades do P.A.R.E. (Posto de Atendimento Rápido Especializado) e 15 mil prestadores credenciados, que garantiram, em 2015, 7,7 milhões de atendimentos e 1,3 milhão de serviços de assistências.

O GRUPO BB E MAPFRE

é representado por duas sociedades *holdings* (SHs), de controle privado e exercido pela MAPFRE:

BB MAPFRE SH1 Participações

S.A. – com atuação em seguros rurais, imobiliários e de vida e acidentes pessoais, é acionista nas seguintes companhias de seguros:

- _ Companhia de Seguros Aliança do Brasil;
- _ MAPFRE Vida S.A.

MAPFRE BB SH2 Participações

S.A. – atua nos segmentos de ramos elementares, seguros de automóveis, residenciais, industriais, imobiliários, rurais e seguros de vida e de acidentes pessoais quando comercializados em grandes distribuidores (canais *affinities*), sendo acionista nas seguintes companhias de seguros:

- _ MAPFRE Seguros Gerais S.A.;
- _ Aliança do Brasil Seguros S.A.;
- _ Brasilveículos Companhia de Seguros;
- _ BB MAPFRE Assistência S.A.



A MAPFRE Serviços Financeiros

é formada por diferentes empresas, que seguem uma estrutura única de governança corporativa, gestão administrativa, financeira e operacional:

- _ 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.;
- _ Centro de Experimentação e Segurança Viária Ltda. (CESVI Brasil);
- _ Vera Cruz Consultoria Técnica e Administradora de Fundos Ltda.;
- _ MAPFRE Investimentos e Participações S.A.;
- _ MAPFRE Brasil Participações S.A.

MAPFRE Serviços Financeiros [G4-9]

Focada na oferta de soluções em acumulação financeira e serviços, a MAPFRE Serviços Financeiros agrupa as atividades que não integram a parceria entre o Banco do Brasil e a MAPFRE.

Para garantir sua atuação nos segmentos de Previdência e Vida Resgatável, Saúde, Investimentos, Capitalização e Consórcios, conta com uma equipe de 336 colaboradores e uma estrutura formada por uma ampla rede de distribuição, que garantem o atendimento aos mais de 63 mil clientes (pessoas física e jurídica).

MISSÃO, VISÃO E VALORES [G4-56]

VISÃO

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

MISSÃO

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

VALORES

- _ Vocação de serviço: busca constante da excelência no desenvolvimento de nossas atividades. Uma iniciativa contínua, que visa ao cuidado na relação com o cliente.
- _ Solvência: solidez financeira, com resultados sustentáveis. Diversificação internacional e consolidação em diferentes mercados.
- _ Inovação para a liderança: anseio de superação e melhoria constante. Tecnologia útil a serviço dos negócios e seus objetivos.
- _ Integridade: a ética rege o comportamento de todas as pessoas. Abordagem socialmente responsável em todas as nossas atividades.
- _ Equipe comprometida: envolvimento total da equipe com o projeto MAPFRE. Desenvolvimento e formação contínua das suas capacidades e competências.

RECONHECIMENTO

Entre os prêmios e reconhecimentos recebidos pela MAPFRE, durante o ano de 2015, por sua atuação em diferentes segmentos, destacam-se:

– Melhores Empresas para Trabalhar, do *Great Place to Work* (GPTW), pelo quarto ano consecutivo – entre as melhores da América Latina e do Brasil.



MAPFRE foi reconhecida, pelo quarto ano consecutivo, como uma das melhores empresas para trabalhar na América Latina e no Brasil

– Entre as empresas mais sustentáveis do Brasil, do *Guia Exame de Sustentabilidade 2015*, pelo terceiro ano consecutivo – única seguradora entre as quatro empresas mais sustentáveis do setor Finanças/Seguros.

– Top Educação 2015, categoria Seguro Educacional, pelo terceiro ano consecutivo – com o produto MAPFRE Educacional *Multiflex*.

– *Ranking* Brasileiro de Inovação, produzido pelo jornal *Valor Econômico* e pela consultoria *Strategy&*, parte da *network* PricewaterhouseCoopers (PwC), com a quinta posição no *ranking* setorial de Serviços Financeiros e a 57ª colocação no *ranking* geral

– As 50 Empresas mais Inovadoras do Brasil em Relacionamento com Clientes, com a 15ª colocação em *ranking* produzido pela *DOM Strategy Partners*.

– Prêmio Latam 2015, promovido pela *Alianza Latinoamericana de Organizaciones para la Interacción con Clientes* (Aloic) – Troféu Prata na categoria Melhor Administração de Capital Humano.

– Prêmio Melhores do Seguro da *Revista Apólice*, na categoria Seguro Rural/Agrícola – Destaque Nacional.

– Prêmio Melhores do Seguro da *Revista Apólice*, na categoria Previdência – Destaque Nacional.

– Prêmio Top Gestão 2015, organizado pelo jornal *Valor Econômico* e pela *Standard & Poor's* (S&P) – na categoria Renda Fixa.

– Instituição Top 5, durante três meses, no *ranking* organizado pelo Banco Central do Brasil em 2015, na categoria Projeções de Médio Prazo de Taxa de Câmbio.



2.3. GOVERNANÇA CORPORATIVA

[G4-DMA, G4-34, G4-56]

Com foco na eficiência administrativa e na profissionalização de seus gestores, o modelo de governança corporativa adotado pela MAPFRE Brasil é pautado por princípios como ética e transparência no relacionamento com os acionistas e demais *stakeholders*.

Em 2015, seguindo uma orientação institucional e corporativa da MAPFRE S/A, foram realizadas algumas iniciativas para aperfeiçoar e fortalecer sua estrutura de governança corporativa. Promovidas no decorrer do exercício, essas mudanças buscaram reforçar a atuação regional do Grupo, garantindo participação maior e mais ativa das áreas corporativas nos negócios mantidos no país.

Nesse sentido, o Comitê de Direção Regional foi criado, como órgão máximo de gestão da MAPFRE Brasil, responsável por avaliar as informações econômico-financeiras e contingências, dar prosseguimento ao planejamento estratégico e à implementação de políticas corporativas, discutir assuntos tratados no âmbito das diretorias, órgãos societários e comitês e aprovar operações especiais. Composto pelo CEO da MAPFRE Brasil e pelos diretores regionais, também conta com a participação, como convidados, dos diretores estatutários da MAPFRE Brasil, que se reúnem com caráter ordinário a cada dois meses, e com caráter extraordinário, sempre que necessário para o adequado exercício das suas funções.

Durante o ano, também foi iniciado o processo de implantação de mais de 50 políticas corporativas na MAPFRE Brasil, para garantir maior aderência ao modelo de governança da MAPFRE S/A.

Além de respeitar as leis e os acordos nacionais e internacionais vigentes, a MAPFRE Brasil conta com mecanismos 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 Conduta e Ética. Essas situações são conduzidas por canais específicos, como o Programa de Ouvidoria e Papo (POP) e o Canal de Denúncia

Em 2015, a MAPFRE Serviços Financeiros lançou sua Política de Sustentabilidade e Responsabilidade Socioambiental. Além de atender à Resolução 4.327/14 do Banco Central do Brasil, a política foi criada para consolidar o compromisso da empresa com a sustentabilidade, a partir do estabelecimento de diretrizes e princípios capazes de nortear os negócios e as relações com todas as partes interessadas.

[G4-DMA FS1]

de Fraude e Ouvidoria, que, em 2015, registraram um total de 321 ouvidorias e 34.949 atendimentos, respectivamente. Durante o ano, não foram registradas pela Ouvidoria ou pelos canais de sustentabilidade e responsabilidade social queixas que abordassem impactos na sociedade. Além disso, não houve questões judiciais relacionadas ao tema em 2015.

[G4-HR12, G4-SO11]

Estrutura de governança

A estrutura de governança da MAPFRE Brasil é composta pelos seguintes comitês: de Direção Regional, de Estratégia Financeira, de Negócios e Clientes; Tecnologia, Operações e Pós-Venda; e Administração, Finanças e Meios, que recebeu ainda três comissões permanentes (Tributária, de Riscos Globais e de Custos). Esse modelo é formado também por outras comissões não permanentes (Comercial, Gestão de Pessoas etc.).

A gestão ordinária das companhias que integram a MAPFRE Brasil é realizada por meio desses comitês executivos, que desempenham papel fundamental como fóruns centrais de orientação geral dos negócios da companhia e da administração na tomada de decisão.

Existem dois comitês executivos para as empresas 100% participadas pela MAPFRE Brasil; um específico para as sociedades que desenvolvem o negócio de assistência ("Comex da Brasil Assistência"); e outro que agrupa todas as outras sociedades ("Comex da MAPFRE Serviços Financeiros¹"). Esses Comex, nos quais participam os principais executivos das áreas de negócio, ganharam nova composição e funções.

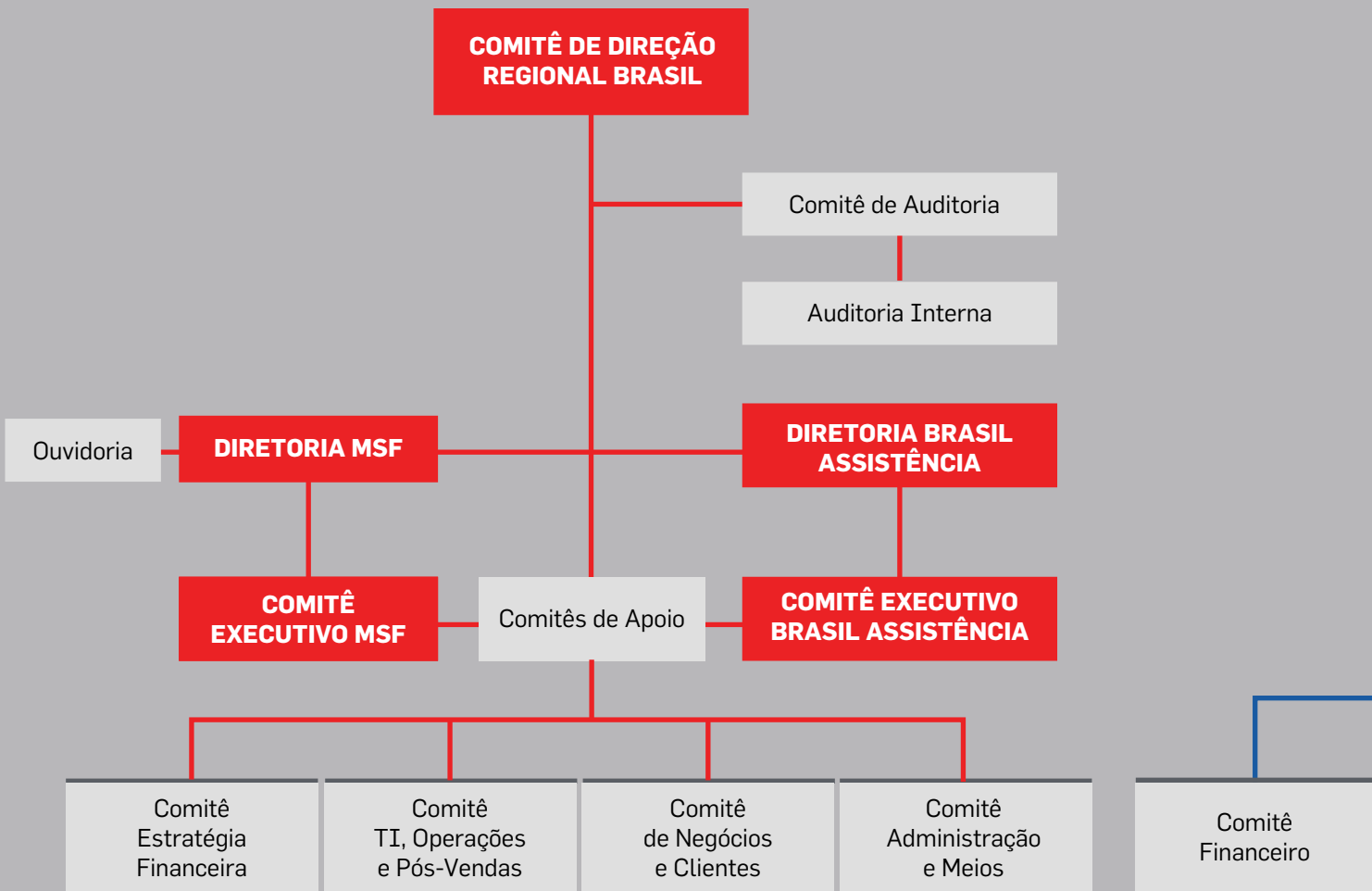
Além disso, foram criados três comitês de apoio com competências regionais, coordenados por seu respectivo diretor regional e formados por executivos especializados em suas áreas de competência: Negócios e Clientes; Tecnologia, Operações e Pós-Venda; e Administração e Meios, que recebeu ainda três comissões permanentes: Tributária, de Riscos Globais e de Custos.

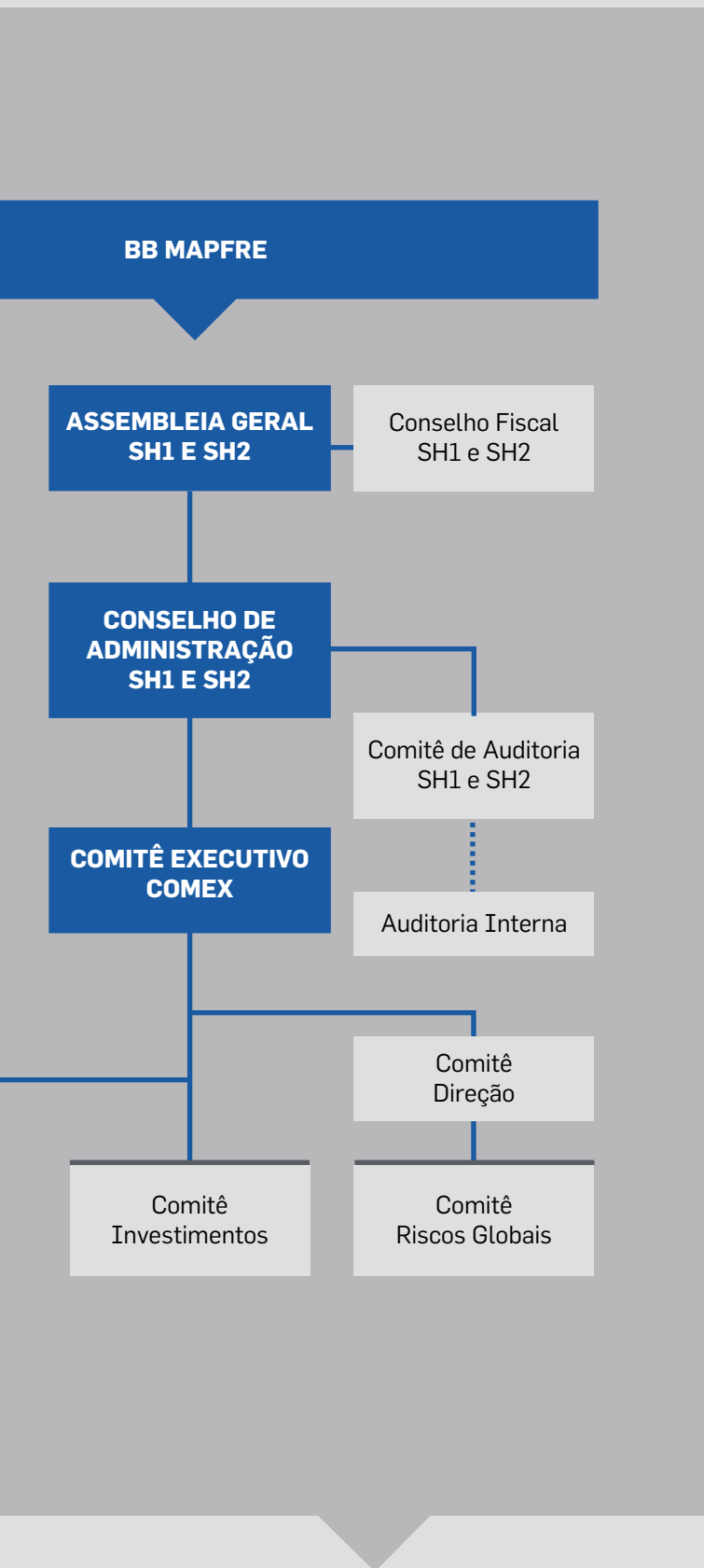
Completando essa estrutura de governança corporativa, a MAPFRE Brasil conta também com o Comitê de Estratégia Financeira.

1. O conjunto de sociedades 100% participadas pela MAPFRE, excluindo as que desenvolvem as atividades de assistência, também é denominado internamente como "MAPFRE Serviços Financeiros" ou "MSF".



REGIONAL BRASIL





Comitê de Direção Regional

É responsável pelo gerenciamento dos negócios da MAPFRE Brasil, que incluem as Unidades de Negócios de Seguros (incluindo o GRUPO BB E MAPFRE), Assistência, Serviços e Riscos Especiais e a *Global Risks* (exceto Resseguro). Com reporte direto à Territorial LATAM da MAPFRE, é responsável por impulsionar os projetos corporativos ou regionais necessários para o cumprimento dos objetivos e executar, conforme o caso, as decisões dos órgãos de administração e diretoria da MAPFRE.

Suas principais atribuições são: propor e acompanhar o planejamento estratégico; avaliar os resultados das empresas e propor medidas corretivas eventualmente necessárias; analisar as informações econômico-financeiras do exercício; discutir assuntos tratados no âmbito dos Conselhos de Administração, órgãos societários e comitês; definir temas relacionados à extinção de qualquer sociedade, bem como aumento ou redução de capital; etc. Em 2015, o comitê se reuniu cinco vezes.

Comitê de Estratégia Financeira

Assessora na adoção de políticas, medidas e estratégias financeiras da MAPFRE Brasil, respondendo diretamente ao Comitê de Direção Regional, além de apoiar os Comitês Executivos da MAPFRE Brasil e Brasil Assistência.

Suas principais atribuições são: garantir o cumprimento das políticas de gestão de recursos do Grupo, bem como os “mandatos” dos clientes; analisar relatórios de limites e crédito; implementar políticas relativas à sua área de competência; avaliar operações realizadas no período; acompanhar o desempenho financeiro das empresas; analisar a composição das carteiras de investimentos, seus regulamentos e regras. Foram realizadas 11 reuniões durante o ano.

Comitê Executivo MAPFRE Serviços Financeiros

É responsável por coordenar e supervisionar a atuação das empresas que compõem a MAPFRE Brasil, bem como de suas unidades de negócios e funcionais, com participação de todos os diretores estatutários das sociedades integradas dentro do seu âmbito de atuação. Responde ao Comitê de Direção Regional.

Entre suas atribuições, destacam-se: avaliação do resultado e discussão de medidas corretivas eventualmente necessárias; análise do fluxo de caixa da operação e indicação de ações mitigadoras; acompanhamento da evolução das iniciativas estratégicas e do planejamento estratégico; avaliação de negócios e projetos comerciais em curso; avaliação e implantação de medidas para dinamizar os negócios e sinergias entre as diversas empresas do Grupo. Em 2015, foram promovidas cinco reuniões.

Comitê Executivo Brasil Assistência

Coordena e supervisiona a atuação da Brasil Assistência e da MAPFRE *Solutions*, bem como de suas unidades de negócios e funcionais, com participação de todos os diretores estatutários das referidas sociedades. Responde ao Comitê de Direção Regional.

Suas principais atribuições são: propor e acompanhar o planejamento estratégico; avaliar o resultado local da Brasil Assistência e discutir medidas corretivas eventualmente necessárias; analisar o fluxo de caixa da operação e indicar ações mitigadoras; promover ajustes gerenciais da *holding* MAPFRE Assistência; acompanhar a evolução das iniciativas estratégicas e do planejamento estratégico; avaliar negócios e projetos comerciais em curso; avaliar e implantar medidas para dinamizar os negócios e sinergias entre as empresas do Grupo. Em 2015, o comitê se reuniu quatro vezes.

Comitê de Negócios e Clientes

É responsável por definir as estratégias de negócios e clientes e colaborar com sua implantação, bem como de planos comerciais e técnicos, e com o desenvolvimento de novos canais de distribuição. Responde diretamente ao Comitê de Direção Regional e apoia os Comitês Executivos da MAPFRE Serviços Financeiros e da Brasil Assistência.

Suas principais atribuições são: definir e acompanhar KPIs vinculados às atividades comerciais; conceber índices de clientes (evolução, satisfação, cancelamento, novos); implementar políticas relativas à sua área de competência; e acompanhar a evolução dos negócios (crescimento, rentabilidade dos produtos e negócios).

Comitê de Tecnologia, Operações e Pós-Venda

Supervisiona as políticas e projetos de TI e Operações, inclusive de *call centers*, sendo responsável por sua otimização e homologação. Responde diretamente ao Comitê de Direção Regional e apoia os Comitês Executivos da MAPFRE Brasil e da Brasil Assistência.

Tem como principais atribuições: implementar políticas dentro de sua área de competência; contribuir para os indicadores do mapa estratégico e o orçamento dos temas relacionados à tecnologia; e acompanhar os indicadores de TI (desenvolvimento, *call center* etc.).

Comitê de Administração, Finanças e Meios

Coordena, acompanha e supervisiona os assuntos referentes a planejamento estratégico, contabilidade, controladoria, finanças, compras, atuarial e RH. Responde diretamente ao Comitê de Direção Regional e apoia os Comitês Executivos da MAPFRE Serviços Financeiros e da Brasil Assistência.

Suas principais atribuições são: elaborar e acompanhar o planejamento estratégico; contribuir para a gestão de risco, atuarial e controles internos; promover a gestão de pessoas; implementar políticas dentro de sua área de competência; contribuir para os indicadores do mapa estratégico e o orçamento dos temas relacionados a despesas, compras e investimentos.

GRUPO SEGURADOR BB E MAPFRE

A estrutura de governança corporativa do GRUPO BB E MAPFRE é composta por dois Conselhos de Administração e Conselho Fiscal (para a SH1 e SH2) e pelos seguintes comitês: Financeiro, de Auditoria, Executivo, de Riscos Globais, de *Marketing* e Clientes, de Investimentos, de Estratégia de Pessoas e demais comitês do GRUPO.

2.4. SOBRE O RELATÓRIO

Este é o *Relatório Anual e de Sustentabilidade 2015* da MAPFRE Brasil. Publicado pelo 10º ano consecutivo, o documento segue as diretrizes internacionais da *Global Reporting Initiative* (GRI), em sua versão G4 e na opção essencial de adesão. Com periodicidade anual, traz informações sobre o desempenho econômico, social e ambiental da companhia referentes ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2015. O último relatório, com as informações referentes ao ano de 2014, foi publicado em julho de 2015. **[G4-28, G4-29, G4-30, G4-32]**

Os dados operacionais e financeiros, bem como as comparações que se referem ao mesmo período de 2014 – exceto se 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 (ou MSF), do GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE (ou GRUPO BB E MAPFRE), da Brasil Assistência e de suas respectivas empresas que compõem a estrutura corporativa da MAPFRE Brasil.

Não foram identificadas alterações significativas neste relatório. As atualizações de escopo e limites de aspectos ocorreram em decorrência da releitura da Materialidade 2014 e do aprimoramento da gestão de fornecedores. **[G4-23]**

Assim como em anos anteriores, o conteúdo deste relatório foi submetido à verificação externa, que, neste ano, foi realizada pela KPMG *Financial Risk & Actuarial Services*. **[G4-33]**

Informações adicionais e esclarecimentos sobre este relatório podem ser obtidos pelos seguintes canais de comunicação: **[G4-31]**

www.mapfre.com.br

sustentabilidade@mapfre.com.br

Para mais informações sobre as diretrizes GRI, acesse:

<https://www.globalreporting.org/languages/Portuguesebrazil>





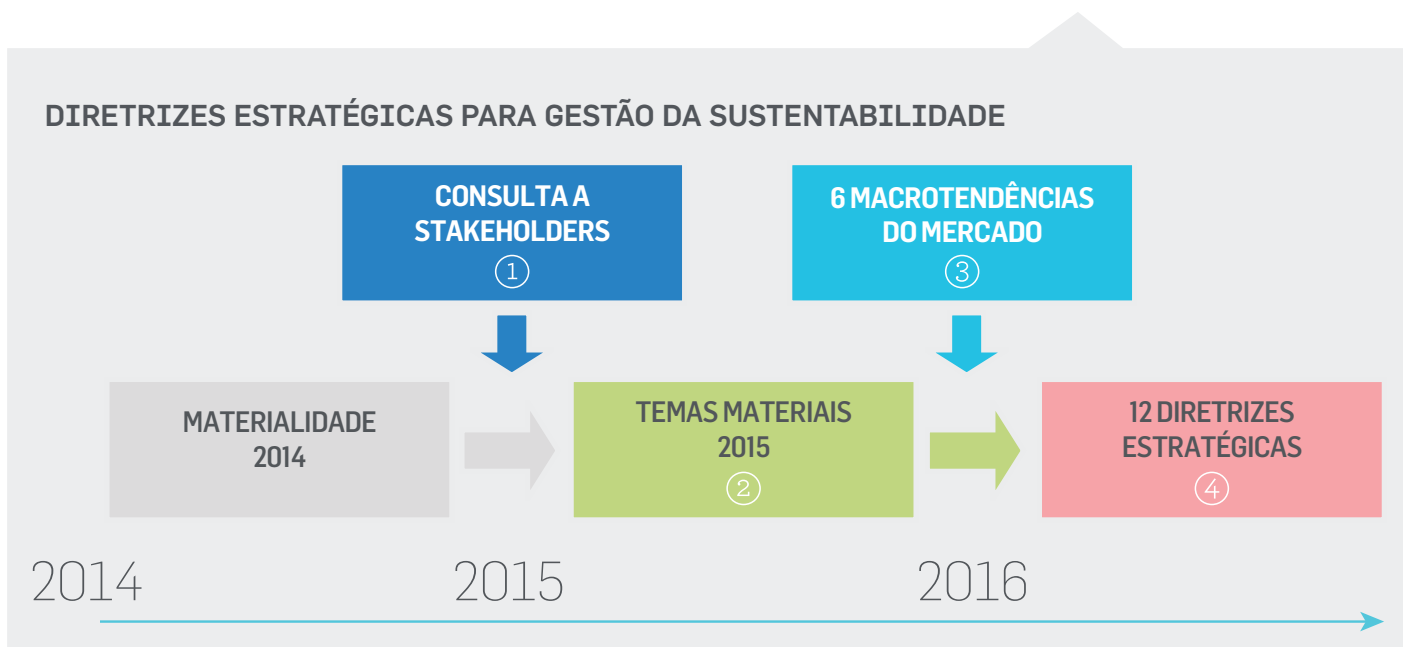
3



Desenvolvimento sustentável

3.1. MATERIALIDADE E STAKEHOLDERS

[G4-18, G4-19, G4-20, G4-21, G4-26, G4-27]

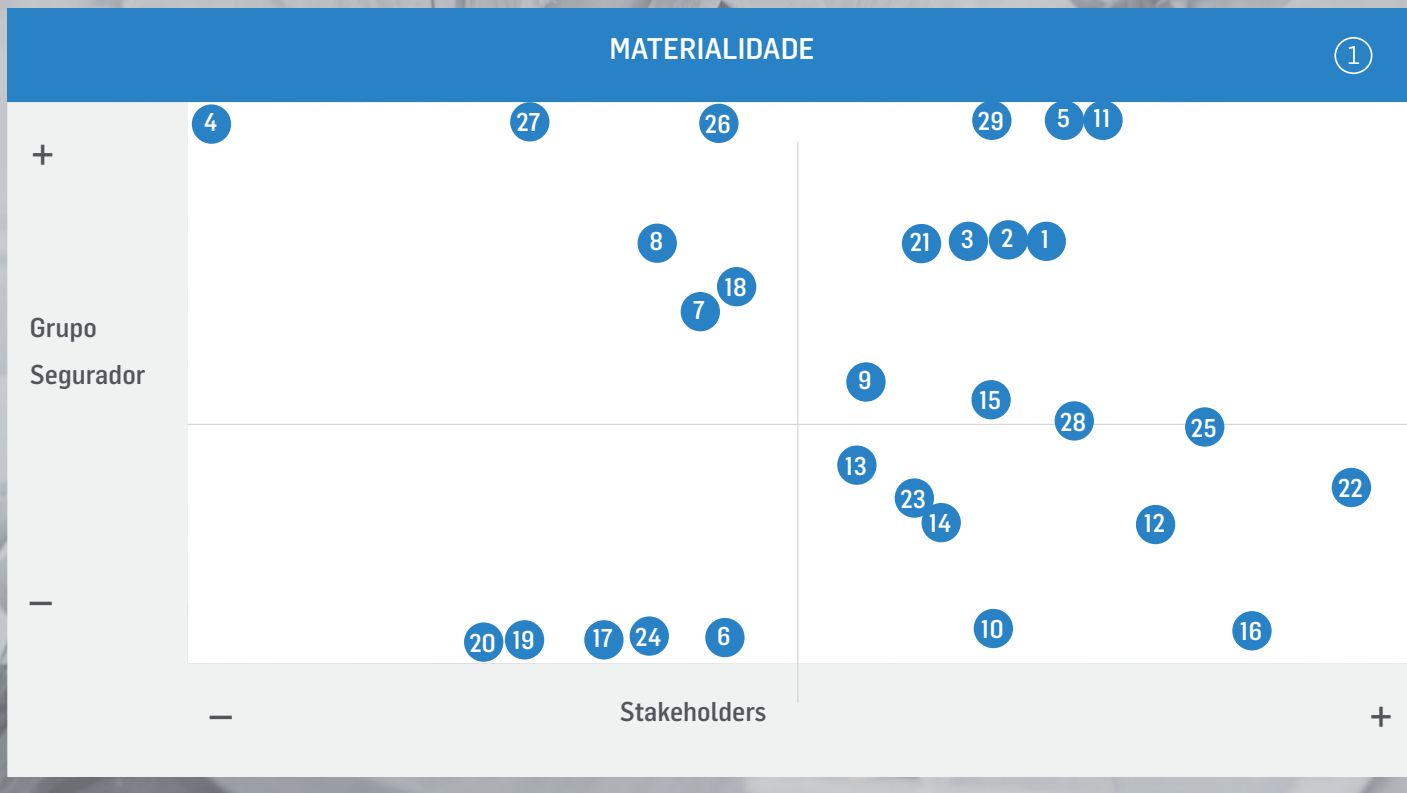


Mais que definir os temas relatados anualmente no *Relatório de Sustentabilidade*, a matriz de materialidade apresenta os aspectos econômicos, ambientais e sociais mais relevantes para a MAPFRE Brasil na visão de seus diferentes *stakeholders*, os quais, portanto, devem estar traduzidos no processo de gestão adotado pela empresa.

Em linha com esse posicionamento, a definição do conteúdo deste relatório levou em consideração os resultados apontados em uma nova consulta, promovida em 2015, com os seus principais *stakeholders* (clientes, fornecedores, colaboradores e parceiros de negócios).

Foi realizada uma pesquisa *online*, que totalizou 5.985 participações, com dois propósitos específicos: mapear os temas considerados mais importantes para cada público e mensurar a maturidade de gestão da empresa em relação a cada um desses temas. Além disso, esse processo de consulta também foi utilizado como insumo para o planejamento estratégico 2016 da MAPFRE Brasil.

Resultado da **CONSULTA AOS STAKEHOLDERS**



LEGENDA

- ① Garantir a estabilidade e a segurança no trabalho
- ② Promover medidas de saúde e segurança ocupacional
- ③ Garantir a formação dos trabalhadores
- ④ Apostar no recrutamento na comunidade local, onde a empresa atua
- ⑤ Promover a diversidade, igualdade e não discriminação dentro da empresa
- ⑥ Contratar fornecedores locais
- ⑦ Avaliar práticas de trabalho de fornecedores
- ⑧ Promover avaliações ambientais de fornecedores
- ⑨ Realizar investimentos, controlar custos e resolver reivindicações ambientais de carácter significativo
- ⑩ Fornecer informações e rotulagem de produtos e serviços
- ⑪ Conhecer a satisfação do cliente
- ⑫ Garantir a privacidade de dados de clientes
- ⑬ Conhecer os impactos sociais e ambientais sobre os produtos e serviços
- ⑭ Ter produtos e serviços projetados para gerar um benefício social
- ⑮ Reduzir as emissões ambientais
- ⑯ Controlar o descarte de resíduos
- ⑰ Controlar os impactos sobre a biodiversidade
- ⑱ Ter políticas e procedimentos para avaliar os riscos sociais e ambientais
- ⑲ Ter processos de auditoria social e ambiental
- ⑳ Avaliar os impactos nas comunidades locais onde a empresa atua



- 21 Ter mecanismos de reclamações formais para assegurar o cumprimento normativo
- 22 Combater a corrupção, a lavagem de dinheiro e a fraude
- 23 Garantir a transparência e a boa governança
- 24 Ter políticas e procedimentos sobre a remuneração dos órgãos de governança
- 25 Respeitar e proteger os direitos humanos fundamentais
- 26 Conduzir avaliações sobre prestadores em direitos humanos
- 27 Avaliar o impacto social de prestadores
- 28 Ter códigos de ética e mecanismos de reclamação
- 29 Gerar benefícios econômicos sustentáveis

Os temas prioritários dessa consulta foram correlacionados com a Materialidade 2014, com o objetivo de revisá-la e atualizá-la, e culminaram na seguinte relação de **TEMAS MATERIAIS 2015**:

TEMAS MAIS PRIORITÁRIOS ②

- _ Contribuir para o desenvolvimento social e econômico dos países em que operamos.
- _ Fornecer um ambiente de trabalho que respeite a diversidade, a igualdade e a não-discriminação.
- _ Garantir a qualidade dos produtos oferecidos.
- _ Garantir a seleção e avaliação de fornecedores com base em critérios sociais, éticos e ambientais.
- _ Oferecer produtos e serviços com aspectos socioambientais.

TEMAS PRIORITÁRIOS

- _ Agir contra as alterações climáticas e minimizar o impacto sobre o meio ambiente.
- _ Fornecer treinamento e desenvolvimento profissional para os colaboradores.
- _ Garantir a estabilidade e a segurança no trabalho.
- _ Lutar contra a corrupção, a lavagem de dinheiro e a fraude.

A partir dos temas considerados mais prioritários e prioritários, foi aplicado o princípio da materialidade para mapear a relação de indicadores aderentes ao negócio e ao monitoramento interno realizado pela empresa, com seus respectivos limites de aspectos: tanto dentro e fora da organização como em relação aos públicos de interesse afetados.

TEMAS MATERIAIS	ASPECTOS MATERIAIS	INDICADORES	LIMITE DO ASPECTO	
			PÚBLICOS IMPACTADOS	INTERNO/EXTERNO À ORGANIZAÇÃO
TEMAS MAIS PRIORITÁRIOS				
CONTRIBUIR PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIAL E ECONÔMICO DOS PAÍSES EM QUE OPERAMOS PSI 3	Desempenho econômico	EC1	Colaboradores Acionistas Sociedade	Interno
	Impactos econômicos indiretos	EC8	Sociedade	Externo
	Suplemento setorial Financeiro	FS14, FS16	Acionistas Clientes Sociedade	Interno/Externo
FORNECER UM AMBIENTE DE TRABALHO ONDE SE RESPEITEM A DIVERSIDADE, A IGUALDADE E A NÃO DISCRIMINAÇÃO PSI 1	Perfil	G4-10	Colaboradores	Interno
	Diversidade e igualdade de oportunidades	LA12		
	Não discriminação	HR3		
GARANTIR A QUALIDADE DOS PRODUTOS OFERECIDOS PSI 1 PSI 2	Conformidade	S08, PR9	Colaboradores Acionistas Clientes Sociedade	Interno/Externo
	Mecanismos de queixas e reclamações associadas a impactos na sociedade	S011		
	Saúde e segurança do cliente	PR1		
	Rotulagem de produtos e serviços	PR3, PR4, PR5	Clientes	
	Comunicações de <i>marketing</i>	PR7		
	Privacidade de cliente	PR8		
GARANTIR A SELEÇÃO E AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES COM BASE EM CRITÉRIOS SOCIAIS, ÉTICOS E AMBIENTAIS PSI 2	Perfil	G4-12	Fornecedores	Externo
	Avaliação de fornecedores	HR10, LA14, EN32, S09	Fornecedores Clientes Sociedade	
	Trabalho infantil/Trabalho Forçado	HR5, HR6		
	Mecanismos de queixas e reclamações associadas a direitos humanos	HR12		
OFERECER PRODUTOS E SERVIÇOS COM ASPECTOS SOCIOAMBIENTAIS PSI 1	Suplemento setorial Financeiro	DMA FS1, DMA FS3, FS7, FS8, FS14, FS16	Clientes Sociedade Meio ambiente	Interno/Externo

TEMAS MATERIAIS	ASPECTOS MATERIAIS	INDICADORES	LIMITE DO ASPECTO	
			PÚBLICOS IMPACTADOS	INTERNO/EXTERNO À ORGANIZAÇÃO
TEMAS PRIORITÁRIOS				
AGIR CONTRA AS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS E MINIMIZAR O IMPACTO SOBRE O MEIO AMBIENTE PSI 1 PSI 3 PSI 4	Desempenho econômico	EC2	Meio ambiente Sociedade	Externo
	Energia	EN3		
	Emissões	EN15, EN16, EN17		
	Produtos e serviços	EN27		
	Geral	EN31		
	Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a impactos ambientais	EN34		
FORNECER TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL PARA OS FUNCIONÁRIOS PSI 1	Treinamento e educação	LA9, LA10	Colaboradores	Interno
GARANTIR A ESTABILIDADE E A SEGURANÇA NO TRABALHO PSI 1	Perfil	G4-11	Colaboradores	Interno
	Emprego	LA1, LA3		
	Saúde e segurança no trabalho	LA6		
LUTAR CONTRA A CORRUPÇÃO, A LAVAGEM DE DINHEIRO E A FRAUDE PSI 1 PSI 3 PSI 4	Combate à corrupção	S03, S04, S05	Colaboradores Acionistas Clientes Sociedade	Interno/Externo

* Os temas materiais foram correlacionados com os quatro Princípios de Sustentabilidade em Seguros (PSI).



3.2. MODELO DE GESTÃO DA SUSTENTABILIDADE

Para a MAPFRE Brasil, a perenidade do negócio depende de uma série de fatores (econômicos, sociais, ambientais, de governança, reputacionais, tecnológicos etc.), mas também da sua capacidade de geração de valor para todos os públicos envolvidos.

Em linha com esse pensamento, o Modelo de Gestão da Sustentabilidade adotado pela empresa é focado no entendimento e na análise das mudanças ambientais, sociais e de governança (ASG) que impactam direta ou indiretamente o resultado dos negócios e/ou a sua reputação.

Dessa forma, ao incluir a sustentabilidade como uma decisão estratégica para o negócio, é possível aprimorar a gestão de riscos socioambientais, bem como identificar novas oportunidades, liderando a cadeia de valor em busca de resultados integrados e de uma atuação equilibrada com seus públicos de interesse.

De acordo com esse posicionamento, foram mapeadas **SEIS MACROTENDÊNCIAS DE MERCADO** que têm prioridade no processo de gestão adotado pela MAPFRE Brasil.

O NOVO CLIENTE E AS FORMAS DE CONSUMO

Com grande volume de informações e mudanças no estilo de vida, o consumidor está mais conectado, exigente, consciente e ansioso pela possibilidade de comprar em diversos canais, de acordo com a conveniência. Com isso, uma visão única do cliente nos canais físicos e virtuais torna-se essencial para explorar todo o potencial do mercado.

TRANSFORMAÇÃO DO MERCADO

Em um mercado altamente regulamentado, as seguradoras devem exercer o papel de indutoras, negociando com órgãos reguladores para o desenvolvimento e a inovação do setor por meio de produtos que atendam às novas necessidades dos consumidores e empresas e para a exploração de novos mercados.

COMPLEXIDADE LEGAL E REGULATÓRIA

Órgãos reguladores atuantes e fiscalizadores exigem maior transparência e prestação de informações, gerando custos operacionais adicionais e evidenciando fragilidades em processos.

SUSTENTABILIDADE DO NEGÓCIO

O avanço de questões ASG diminui a exposição aos riscos ambientais, mas também exige maior responsabilidade das seguradoras e de seus clientes, além de estruturação interna para avaliação e gestão de riscos corporativos. O impacto de ações sociais e culturais também passa a ser valorizado, com impacto direto nas associações com as marcas.

TECNOLOGIA E O PODER DA CONECTIVIDADE

O avanço da tecnologia traz consigo grandes mudanças no mercado de seguros, como a utilização de canais digitais como nova forma de vender seguros e relacionar-se com os clientes; novas soluções e formas de pagamento; tecnologias inteligentes que afetam os índices de sinistralidade e geram a necessidade de regulamentação; etc.

INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

A consolidação do mercado por meio de fusões e aquisições e a concentração de negócios de seguros em grandes bancos sinalizam um ambiente desafiador para os próximos anos. Nesse cenário, a imagem percebida pelos consumidores em relação às marcas ganha relevância em um mundo cada vez mais digital, o que pode representar oportunidades de *marketing* e relacionamento, ao mesmo tempo em que pode trazer danos à imagem.

A partir dessas macrotendências, a empresa direciona o modelo de gestão da sustentabilidade para a adoção de um olhar mais apurado em relação aos temas materiais e de maior relevância para o negócio, que resultou nas

12 DIRETRIZES ESTRATÉGICAS abaixo:



4

- Gestão de riscos focada no futuro;
- Bem-estar e estilo de vida saudável;
- Fortalecimento do relacionamento e capacitação da força de vendas e distribuidores;
- Garantia de satisfação pela visão unificada do cliente;
- Desenvolvimento técnico, atração e retenção de talentos;
- Universalização do seguro e educação financeira;
- Transparência, regulação e boas práticas de controladoria;
- Prestação de serviços e assistência;
- Gestão de relacionamento com fornecedores;
- Canais inovadores;
- Rentabilidade dos produtos;
- Investimento sociocultural.

Com a aplicação desse modelo, a MAPFRE Brasil fortalece o seu papel, como seguradora, de identificar e assumir riscos considerando um mundo extremamente dinâmico e complexo, garantindo que, no longo prazo, os interesses do negócio sejam resguardados e que novas práticas sejam induzidas em todo o setor.

Integrado à estratégia da empresa, esse modelo permeia todas as atividades e áreas, que contam com o suporte da área de Sustentabilidade para o atendimento de suas demandas.

A cada ano, o trabalho desenvolvido pela área de Sustentabilidade, em parceria com as unidades funcionais e de negócio contribui para a integração da sustentabilidade na estratégia corporativa, com a identificação de riscos e oportunidades que permitem o endereçamento das questões ASG mais relevantes.

No decorrer deste relatório, estão reportados os principais temas ASG identificados para cada unidade de negócio, e as principais realizações de 2015, além dos próximos passos e planejamento de ações para 2016 – lembrando que esses temas são dinâmicos e estão em constante mudança, exigindo que, periodicamente, seja feita uma reavaliação.

3.3. ATUAÇÃO ÉTICA E SOCIALMENTE RESPONSÁVEL

Compromissos com o desenvolvimento sustentável [G4-15]

Além de incorporar a sustentabilidade em suas decisões estratégicas, a MAPFRE Brasil segue princípios, pactos, diretrizes e acordos nacionais e internacionais dos quais é signatária, reforçando o seu compromisso institucional com o desenvolvimento sustentável.

– **COP 21/Paris Pledge for Action** – com o encerramento da COP-21 – Conferência do Clima da ONU, em dezembro de 2015, diversas ações foram criadas para garantir a vida em todo o planeta, dentre elas, o *Paris Pledge for Action* (ou Manifesto de Paris pela Ação), uma iniciativa que aponta a implementação de medidas para a redução das emissões de carbono como uma das alternativas capazes de reduzir os riscos atuais e contribuir para o crescimento e o desenvolvimento sustentável. A MAPFRE Brasil, por meio do GRUPO BB E MAPFRE, integra a lista de empresas que assinaram o compromisso, comprometendo-se a integrar cada vez mais os aspectos ASG em sua estratégia de negócios.

– **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 2015, a MAPFRE Brasil passou a integrar o *board* mundial do PSI, garantindo participação ativa na discussão sobre temas como sustentabilidade, gestão de riscos e reputação no setor de seguros e novos modelos de negócios que integrem os aspectos socioambientais na estratégia.

– **Pacto Global** – desde 2008 a MAPFRE Brasil é signatária dessa iniciativa, desenvolvida pela ONU para mobilizar empresas a adotarem princípios relacionados aos direitos



Em 2015, a MAPFRE Brasil passou a integrar o board mundial do PSI

humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Anualmente, a empresa reporta, por meio do *Relatório de Progresso*, os avanços e as atividades realizadas para integrar em sua atividade os 10 princípios do Pacto Global. Desde o ano passado, o relatório é reportado no nível *Advance*, que corresponde à qualificação máxima oferecida pelas Nações Unidas.

– **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)** – criados em substituição aos Objetivos do Milênio, os ODS também são uma iniciativa da ONU, que consiste em uma agenda universal para o desenvolvimento sustentável até 2030, formada por um conjunto de 17 objetivos e 169 metas. Em linha com essa mudança, as ações apoiadas e/ou promovidas pela MAPFRE Brasil demonstram a contribuição da empresa para esse compromisso universal.

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

- **Programa Brasileiro GHG Protocol** – em 2013, a empresa passou a integrar o programa, garantindo mais transparência sobre informações relevantes para a sociedade e fortalecendo sua atuação em relação ao meio ambiente.
- **Protocolo do Seguro Verde** – a MAPFRE Brasil é signatária dessa iniciativa, que define diretrizes para a implementação de ações de responsabilidade socioambiental, reforçando o posicionamento do setor na preservação ambiental.

Relacionamento setorial [G4-16]

A MAPFRE Brasil mantém relacionamento estreito e atuante com associações e instituições setoriais, fortalecendo sua relação com o poder público para o desenvolvimento conjunto de programas e a formação de iniciativas com impacto positivo em relação ao desenvolvimento sustentável.

Em 2015, esse posicionamento teve continuidade e foi fortalecido com a participação ativa em fóruns, comissões e grupos de trabalho, identificando as principais tendências globais para a proposição de estratégias corporativas e novos negócios.

Nesse sentido, a empresa atua em parceria com as seguintes organizações:

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

A MAPFRE Brasil também integra e dirige comissões técnicas específicas do setor de seguros e/ou focadas na disseminação da sustentabilidade:

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

- Comissão de Sustentabilidade – em 2015, assumiu a Presidência dessa comissão, levando para o centro de debates temas como o avanço do PSI e a integração ASG no setor, com resultados significativos: planejamento estratégico de sustentabilidade, realização de pesquisas setoriais e organização de encontro PSI.
- Comissão de Ouvidoria
- Comissão de Processos e Tecnologia da Informação
- Comissão de Relações de Consumo
- Comissão de Microseguros e Seguros Populares
- Comissão de Investimentos
- Comissão de Administração e Finanças
- Comissão Atuarial
- Comissão de Recursos Humanos
- Comissão de Controles Internos
- Comissão de Resseguro
- Comissão de Assuntos Jurídicos
- Comissão de Assuntos Fiscais

Fenaprevi (Federação das Empresas de Previdência e Vida)

- Comunicação, Marketing e Eventos
- Produtos de Risco
- Produto por Sobrevivência
- Assuntos Jurídicos (CAJ FenaPrevi)
- Atuarial (CAT FenaPrevi)
- 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

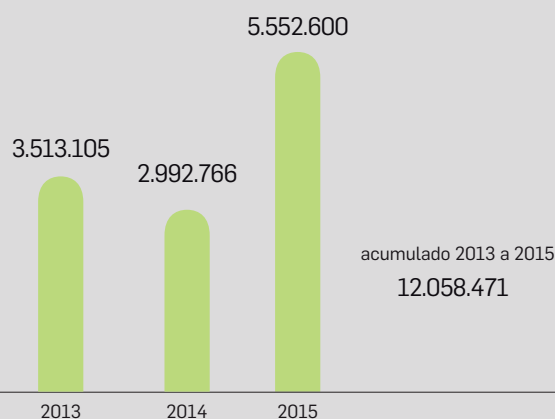
- Comissão de Sustentabilidade

CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável)

- CT Finanças
- CT Social
- CT Mobilidade Urbana

PRODUTOS COM CRITÉRIOS ASG

número de segurados



Fatores e riscos ASG

Em 2015, a MAPFRE Brasil atuou de maneira efetiva para consolidar ainda mais a sustentabilidade em seu posicionamento estratégico, integrando as questões ASG (ambientais, sociais e de governança) no dia a dia dos negócios e gerando valor à sociedade. **Esse posicionamento resultou em R\$ 1,2 bilhão em prêmios emitidos relativos a produtos com características ASG, com 5.552.660 apólices emitidas no ano, valor que corresponde a um aumento de 86% dos prêmios de 2014 emitidos com esse mesmo perfil. [GRI FS7, GRI FS8]**

Uma das frentes desse trabalho esteve direcionada para a capacitação de colaboradores, fornecedores e parceiros de negócio sobre temas que impactam diretamente o negócio de seguros, como gestão de riscos emergentes, catástrofes ambientais, longevidade da população, Política Nacional de Resíduos Sólidos, crise hídrica e ISO 14001, com a realização de 30 encontros da Academia de Sustentabilidade, que contaram com a participação total de 1.496 pessoas no ano – número que representa o dobro de participantes em relação a 2014.



Mais de 1,4 mil pessoas participaram das Academias de Sustentabilidade promovidas em 2015 com foco nas questões ASG

Em continuidade ao projeto realizado em parceria com a Funenseg (Escola Nacional de Seguros), também foram realizadas seis palestras sobre questões de sustentabilidade, com ênfase para os temas relacionados a gestão de recursos naturais e seguro rural. Participou dos encontros um público formado por 280 pessoas, dentre representantes das redes comerciais, corretores, produtores rurais, sindicatos e federações.

Foi desenvolvido ainda um processo de identificação de riscos e monitoramento de clientes de maneira integrada às questões ASG emergentes, que melhora o processo de subscrição, atendendo às novas demandas dos clientes e da sociedade, permitindo à empresa analisar de forma diferenciada os riscos emergentes.

O processo consiste na aplicação de um modelo de gestão de indicadores de prevenção de riscos mais abrangente para os seguros de Grandes Riscos, a partir da aplicação de um questionário que permite a construção de um banco de dados capaz de mensurar fatores sociais, ambientais, de governança, de saúde e segurança e fazer uma comparação da evolução da carteira.

Desde 2013, esse questionário é aplicado para a inspeção do risco, e, em 2015, novas perguntas ASG foram incorporadas ao relatório de inspeção, totalizando 21 questões relacionadas à sustentabilidade. Desde o início do processo de inspeção,

foram promovidas aproximadamente 65 mil vistorias de inspeção de risco com a abordagem da integração ASG. Essas vistorias foram realizadas em empresas de diferentes portes e setores econômicos, como energia, químico e metalúrgico, entre outros – o que permite à empresa ampliar o espectro de identificação de riscos em clientes potenciais. **[G4-DMA FS3]**

INTEGRAÇÃO DOS ASPECTOS ASG

Saber identificar e lidar com os diferentes riscos globais é fundamental para manter uma gestão eficiente e transparente, capaz de avaliar os impactos dessas possíveis ocorrências de forma antecipada, aumentando a resiliência das operações.

Atenta a esses movimentos e cenários, a MAPFRE Brasil integrou de forma mais efetiva os aspectos ASG em processos de subscrição, cláusulas contratuais, formulários de análise de riscos, serviços e assistências oferecidos com os produtos – ampliando o olhar para temas capazes de impactar os negócios e ser convertidos em vetores para a geração de novas oportunidades.

Promovido com maior ênfase nas unidades funcionais e de negócio do GRUPO BB E MAPFRE, esse processo foi direcionado para garantir que o objetivo estratégico corporativo “integrar a sustentabilidade aos negócios” fizesse parte da rotina de toda a empresa, com resultados conquistados a partir de diferentes indicadores estratégicos.

INDICADOR ESTRATÉGICO

AÇÕES PROMOVIDAS

GERAR VALOR ECONÔMICO DE LONGO PRAZO DE MANEIRA SUSTENTÁVEL

– **DESENVOLVIMENTO DE UMA MATRIZ DE RISCOS E IMPACTOS ASG** para priorização dos focos de atuação e dos temas relevantes na área de Grandes Riscos, Rural e Habitacional, Seguros de Pessoas e Automóvel, a partir de insumos levantados em encontros da Academia Sustentabilidade promovidos com colaboradores.

– **SOFISTICAÇÃO DO PROCESSO DE ANÁLISE DE RISCOS INSPECIONADOS VERSUS RISCOS EMITIDOS**, com a inclusão dos aspectos ASG em todo o processo de inspeção, permitiu ao GRUPO BB E MAPFRE encerrar 2015 com um banco de dados de 65 mil empresas de diferentes setores já avaliadas com esse olhar mais amplo, que integra os aspectos financeiros e de riscos ASG. **[G4-DMA FS3]**

CRIAR NOVAS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO A PARTIR DE PRODUTOS, SERVIÇOS E ASSISTÊNCIAS INOVADORES

– **REALIZAÇÃO DE CAPACITAÇÕES**, em parceria com o Cesvi Brasil, de 42 colaboradores e prestadores que atuam nos Pátios de Salvados em temas ligados a legislação e processos para a correta gestão de resíduos gerados na descontaminação de veículos, com o objetivo de garantir que as atividades estejam em *compliance* com as diretrizes da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e demais legislações vigentes, mitigando riscos legais e de imagem.

– **DESENVOLVIMENTO DE DOIS MANUAIS**, sendo um construtivo e um operacional, com informações técnicas e legais sobre a correta gestão de resíduos gerados na descontaminação veicular que devem ser aplicadas na readequação de infraestrutura e de processos dos Pátios de Salvados para *compliance*.

MITIGAR IMPACTOS FINANCEIROS RELACIONADOS AO RISCO E CORRESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

– **IMPLANTAÇÃO DO PROCESSO DE LOGÍSTICA REVERSA**, em *compliance* com as diretrizes da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e demais legislações vigentes, para mitigação dos riscos envolvidos na gestão de salvados, reduzindo o impacto ambiental das operações para Garantia Estendida/Troca Certa. Como resultado, 17,5 toneladas de eletroeletrônicos foram destinadas de forma ambientalmente correta durante o ano, fortalecendo o valor da marca e o papel do GRUPO BB E MAPFRE como indutor de boas práticas na cadeia de valor.

– **INCLUSÃO DE CRITÉRIOS ASG NA FERRAMENTA DE HOMOLOGAÇÃO DA CENTRAL DE CADASTROS DE FORNECEDORES**, garantindo o mapeamento e a gestão de riscos na cadeia e a mitigação de riscos relacionados a trabalho escravo, corrupção, fraudes etc.

– **REALIZAÇÃO DO WORKSHOP INSPEÇÃO DE RISCO** para disseminar conceitos, promover o mapeamento dos riscos e compartilhar informações sobre a legislação pertinente (PNRS), sofisticando o processo de análise de riscos do GRUPO e integrando a cadeia de valor.

INDICADOR ESTRATÉGICO

AÇÕES PROMOVIDAS

APRIMORAR A GESTÃO DE RISCOS DA CARTEIRA E DE PROCESSOS INTERNOS

– **CONTRIBUIÇÃO TÉCNICA EM TEMAS RELATIVOS À SUSTENTABILIDADE** para a revisão de políticas e normativos do GRUPO BB E MAPRE em diferentes áreas de atuação, como criação de produtos, políticas de subscrição, de risco político e de imagem, e de gestão responsável de fornecedores.

– **CAPACITAÇÃO DE 71 INSPETORES DE RISCOS** para uma cultura de gestão que leve em consideração as questões ASG, reforçando a importância desses aspectos no processo de subscrição e análise de riscos e mostrando o papel do inspetor em todo o processo.

– **INÍCIO DO DESENVOLVIMENTO DE UMA FERRAMENTA DE MAPEAMENTO DE LISTAS PREVENTIVAS COM CRITÉRIOS ASG**, como um mecanismo de monitoramento e prevenção às atividades de lavagem de dinheiro, atos ilícitos ligados à corrupção, áreas embargadas ou contaminadas, ocorrência de trabalho escravo e outros riscos relacionados, para resguardar o GRUPO de manter ou iniciar relacionamentos comerciais com pessoas e entidades suspeitas.

GERAR GANHOS POSITIVOS DE MARCA E IMAGEM, EVITANDO RISCOS REPUTACIONAIS

– **ADOÇÃO DE UMA ESTRATÉGIA DE PATROCÍNIO VIA LEIS DE INCENTIVO**, que resultou no apoio a 53 projetos socioculturais de grande relevância nacional nas áreas de cultura, educação, saúde e esporte, desenvolvidos por 48 instituições em todo o Brasil e que beneficiaram quase 3,5 milhões de pessoas em 2015. **[G4-EC8]**

– **PROCESSO DE GESTÃO DE MUDANÇA DA CERTIFICAÇÃO AMBIENTAL NBR ISO 14.001** para a nova sede administrativa do GRUPO BB E MAPRE em São Paulo, garantindo uma atuação de acordo com a visão do cliente, gerando o entendimento de que as atividades da empresa vão além da proteção de pessoas e bens.

– **ESTRUTURAÇÃO DA NOVA SEDE ADMINISTRATIVA DO GRUPO BB E MAPRE**, a partir de 2016, com a certificação internacional ambiental Leed Gold, que atesta critérios de ecoeficiência no uso de recursos naturais, rastreabilidade da cadeia na compra de mobiliário, garantia de qualidade do ar e luminosidade para os colaboradores, gestão de resíduos etc.

– **EXTENSÃO DAS PRÁTICAS DE ECOEFICIÊNCIA E REDUÇÃO NO CONSUMO DE ÁGUA**, com a instalação de 243 redutores de água em 29 unidades, entre P.A.R.E.s e sucursais.

– **INAUGURAÇÃO DE ESTAÇÕES DE REPARO E BICICLETÁRIOS EM DOIS PARQUES DE SÃO PAULO** (Villa-Lobos e Cândido Portinari), reforçando a mobilidade urbana como um importante desafio da atualidade.

INDICADOR ESTRATÉGICO

AÇÕES PROMOVIDAS

CAPTAR E FIDELIZAR CLIENTES

– **DESENVOLVIMENTO DO PROJETO DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA** na comunidade do Conjunto Palmeiras, na periferia de Fortaleza (CE), que tem como objetivo a promoção de ações de educação financeira para cerca de 20 mil moradores da comunidade, além da comercialização do produto Decessos, um seguro destinado à prestação de serviço ou reembolso de gastos funerários. O produto foi desenvolvido após uma pesquisa de campo com a população local para chegar a um seguro capaz de atender às necessidades e realidade específicas desse público.

– **DESENVOLVIMENTO DE 35 VISITAS EXCLUSIVAS EM EXPOSIÇÕES E CONCERTOS** patrocinados pelo GRUPO BB E MAPFRE, que beneficiaram 1.765 pessoas (entre clientes, distribuidores, corretores, redes comerciais, colaboradores, prestadores de serviço e fornecedores) via projetos socioculturais apoiados pela MAPFRE.

GERAR VANTAGEM COMPETITIVA E INOVAÇÃO

– **REALIZAÇÃO DO PROGRAMA INOVAGENTES**, que concluiu a capacitação de uma turma de 27 colaboradores do GRUPO para divulgar a cultura de inovação e para desenvolver propostas inovadoras em suas respectivas áreas de atuação.

– **PATROCÍNIO E PARTICIPAÇÃO EM ENCONTROS TÉCNICOS** promovidos pelo Instituto de Energia e Meio Ambiente da Universidade de São Paulo (IEE/USP) sobre energia e governança da água, contribuindo para a construção de conhecimento em temas estratégicos para o negócio e para o entendimento de riscos emergentes.

POTENCIALIZAR O CAPITAL HUMANO PARA O ALCANCE DOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

– **REALIZAÇÃO DE 15 ENCONTROS DA ACADEMIA DE SUSTENTABILIDADE** exclusivos para o público interno, com foco no desenvolvimento dos colaboradores das unidades de negócio e áreas funcionais, totalizando 497 pessoas capacitadas no ano.

– **CRIAÇÃO DA POLÍTICA DE MOBILIDADE E DO PORTAL DE MOBILIDADE**, que reúne todas as informações sobre iniciativas e programas mantidos pelo GRUPO BB E MAPFRE para facilitar os deslocamentos dos colaboradores, contribuindo para a mobilidade urbana, para o bem-estar das equipes e para a redução das emissões no meio ambiente.

– **CRIAÇÃO DO PROGRAMA PÓS-CARREIRA**, para auxiliar os colaboradores a se prepararem e planejarem um novo momento de suas carreiras com a chegada da aposentadoria, com a realização de 12 encontros em 2015 e a participação de 532 colaboradores.

3.4. GESTÃO DE RISCOS

Para minimizar o impacto de variáveis na administração do negócio e no desempenho de suas atividades, a MAPFRE Brasil adota um sistema de gestão de riscos que contempla os principais riscos aos quais a empresa está exposta (operacionais; financeiros; da atividade seguradora; e estratégico e de governança corporativa), estabelecendo as diretrizes para o funcionamento eficaz do gerenciamento de riscos, as responsabilidades dos gestores e das camadas de controles, bem como o comprometimento da empresa e a importância do tema para a gestão de negócios.

Esse processo é desenvolvido a partir da metodologia do *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission* (Coso) e considera o princípio da precaução, em busca da proteção e geração de valor para a empresa e seus públicos de interesse. **[G4-14]**

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

Gerenciamento de riscos

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

O gerenciamento dos riscos operacionais é realizado a partir do *RiskMap*, uma ferramenta que permite aos gestores fazer uma autoavaliação dos riscos operacionais relativos às suas respectivas áreas de atuação, analisando a criticidade de cada risco, sua probabilidade de ocorrência e o grau de controle interno. A partir desse diagnóstico, os planos de ação são

construídos e, posteriormente, revisados e atualizados a cada dois anos (a próxima atualização está prevista para acontecer em 2016). Para acompanhar e garantir sua aplicabilidade, é feito ainda um trabalho de auditoria (interna e externa) e testes de *compliance*, que verificam o que, na prática, está sendo cumprido. Esse processo encerrou 2015 com 683 processos relativos aos riscos operacionais existentes em cada unidade de negócio.

Para se proteger das oscilações e da volatilidade nos preços dos ativos e reduzir sua exposição aos riscos de mercado, a MAPFRE Brasil conta com políticas de controle e estratégias previamente estabelecidas e aprovadas pelo Comitê Executivo e pelo Conselho de Administração.

Comunicação e treinamento

[G4-DMA, G4-S04]

Por meio dos canais de comunicação interna e de treinamentos *online* específicos promovidos entre as áreas, a MAPFRE Brasil promove a divulgação dos temas relacionados à gestão de riscos e *compliance* a 100% dos seus colaboradores, que também são informados sobre as políticas e práticas de combate à corrupção.

Dentre os treinamentos oferecidos ao longo do ano, foram abordados temas ligados à corrupção, como lavagem de dinheiro, prevenção a fraude e capacitação focada no processo de controles internos, em atendimento à regulação da Susep.

TEMA CENTRAL	Participantes	Horas totais dedicadas
Controles internos	6.319	4.627
Corrupção	1.293	1.616
Fraude	6.389	5.124
Lavagem de dinheiro	6.148	4.985

Mecanismos de controle

[G4-DMA, G4-S03, G4-S05]

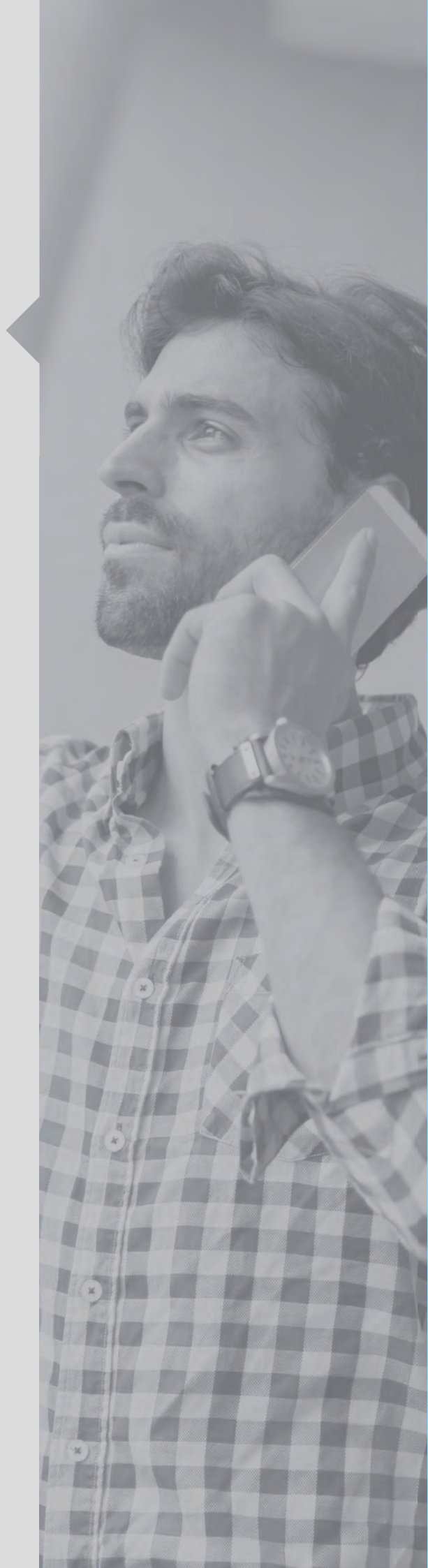
A MAPFRE Brasil conta com diversos mecanismos de controle sobre temas ligados a corrupção, lavagem de dinheiro e combate à fraude, como o estabelecimento de políticas formais aprovadas pelos executivos e amplamente divulgadas aos colaboradores. Dentre elas, destacam-se Política de Controle Interno, Política Anticorrupção, Política de Prevenção a Lavagem de Dinheiro e Política de Prevenção à Fraude. Além disso, todos os contratos da empresa contam com cláusulas específicas.

Na ocorrência de fraude e corrupção, os colaboradores são instruídos a utilizar os diversos canais existentes para denunciar tais desvios de conduta. Em 2015, não foram

registrados casos, internos ou com parceiros comerciais, em nenhuma das unidades da MAPFRE Brasil.

Todas as empresas mantêm canais de denúncia, como o Programa de Ouvidoria e Papo (disponível para todos os colaboradores que desejam reportar denúncias de suspeita de fraude e corrupção), Disque Denúncia (canal telefônico disponível ao público externo) e canal para registro ao Comitê de Auditoria (disponível na internet e sites da MAPFRE Seguros), para registro de informações de suspeita de descumprimento de normas e regulamentos, que são tratadas diretamente pelo Comitê de Auditoria, órgão independente e não vinculado à Diretoria Executiva. O canal pode ser utilizado por todos os públicos, internos e externos: colaboradores, terceiros (prestadores e fornecedores) e clientes.

Nos processos de subscrição e sinistros, o GRUPO conta com procedimentos estabelecidos que buscam combater e inibir a ocorrência de fraudes. Além disso, disponibiliza a seus clientes, corretores, colaboradores, fornecedores e outras partes relacionadas canais de denúncias de fraude, que também contribuem para identificação e tratamento de suspeitas de fraude envolvendo o negócio. No período de janeiro de 2015 a setembro de 2015, os processos de prevenção geraram economia de R\$ 102.959.959,36, com a negativa administrativa de sinistros irregulares.





4



Resultados financieros consolidados

4.1. ESTRATÉGIA E PERSPECTIVAS [G4-DMA, G4-2]

Para enfrentar o cenário desafiador vivenciado em 2015, a MAPFRE Brasil manteve uma estratégia focada em eficiência operacional, controle de custos e fortalecimento dos seus diferenciais em cada segmento de negócio.

Além de consolidar a sua atuação como uma seguradora multicanal e multiprodutos, esse posicionamento permitiu que a empresa conquistasse melhorias relacionadas à eficiência operacional e aos processos de subscrição, bem como captura de sinergias e resultados positivos.

Na prática, essa atitude resulta em dois movimentos: priorizar, para cumprir as metas do próximo triênio de modo mais exigente e realista, e simplificar, para garantir um crescimento rentável e sustentável.

A partir desses objetivos, de priorizar e simplificar, foi construído o Planejamento Estratégico 2016-2018 da MAPFRE Brasil, que tem foco no crescimento rentável e é amparado por oito iniciativas estratégicas:

- Segmentação de clientes;
- Modelo global de experiência do cliente;
- Modelo global de transformação digital;
- Plano de negócio direto digital;
- Gestão do talento;
- Modelo global de eficiência operacional;
- Fornecedores de serviços da MAPFRE;
- Plataforma tecnológica corporativa.

Em linha com essas iniciativas, a atuação da empresa nos próximos três anos estará apoiada sobre quatro pilares: Orientação ao cliente; Transformação digital; Excelência na gestão técnica; e Cultura e talento humano.

Diante da expectativa de manutenção de um cenário de baixo crescimento econômico, a MAPFRE Brasil focará sua atenção na intensificação das atividades comerciais, visando reter clientes e ampliar canais de distribuição.

A estratégia de crescimento sustentável será mantida, priorizando projetos que fortaleçam a orientação ao cliente em negócios que gerem valor aos seus *stakeholders*, buscando cumprir o plano estratégico.

Confiante na retomada do crescimento em 2016, que garante o nível de rentabilidade do negócio, a MAPFRE Brasil espera manter o crescimento de prêmios emitidos e resultados antes de impostos e participações acima da média do mercado em praticamente todos os segmentos de atuação.

4.2. DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

RECEITAS TOTAIS

Em 2015, as receitas totais da MAPFRE Brasil totalizaram R\$ 17,9 bilhões, o que representa um crescimento de 4,8% em relação ao exercício anterior (R\$ 17 bilhões).

PROVISÕES TÉCNICAS

As provisões técnicas totalizaram R\$ 19,4 bilhões no ano, um crescimento de 17,8% em comparação a 2014 (R\$ 16,7 bilhões).

LUCRO LÍQUIDO

O lucro líquido registrado em 2015 foi 35,1% superior ao do exercício anterior, totalizando R\$ 2 bilhões.

PATRIMÔNIO LÍQUIDO

O patrimônio líquido da MAPFRE Brasil encerrou 2015 em R\$ 9 bilhões, e os ativos totais alcançaram a marca de R\$ 36 bilhões.

RETORNO SOBRE O PATRIMÔNIO

A taxa de retorno sobre o patrimônio (ROE – *return on equity*) apresentou melhora significativa no ano, passando de 13,1% em 2014 para 15,5% em 2015.

Distribuição do valor adicionado (DVA)

[G4-EC1]

Em linha com as melhores práticas de mercado e com as diretrizes do seu modelo de gestão da sustentabilidade, a MAPFRE Brasil demonstra com transparência a riqueza gerada pela companhia a cada exercício, bem como sua distribuição entre os elementos que contribuíram para a geração desses recursos: colaboradores, governo e acionistas.

Em 2015, o valor adicionado líquido à disposição da empresa foi de R\$ 4,3 bilhões. Esses recursos foram distribuídos da seguinte forma:

- R\$ 773 milhões para a remuneração dos colaboradores, com a geração de empregos e investimentos em treinamento;
- R\$ 1,5 bilhão para o pagamento de impostos, contribuições, tributos e taxas;
- R\$ 2,0 bilhões em remuneração de capitais próprios.

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO (DVA) - MAPFRE BRASIL		
(em milhões de reais)	2.015	2.014
RECEITAS	17.853.029	17.037.328
Receitas com operações de seguros	16.756.939	16.325.521
Receitas com operações de previdência complementar	623.491	442.625
Receitas com operações de capitalização	136.790	96.866
Receitas com operações de saúde	1.505	1
Receitas com operações de consórcio	8.524	7.680
Outras	278.282	248.826
Provisão para créditos de liquidação duvidosa - Reversão / (Constituição)	47.498	(84.190)
VARIAÇÕES DAS PROVISÕES TÉCNICAS	(2.157.075)	(2.397.308)
Operações de seguros	(1.442.893)	(1.897.426)
Operações de previdência	(617.434)	(435.502)
Operações de capitalização	(96.748)	(64.380)
RECEITA LÍQUIDA OPERACIONAL	15.695.954	14.616.236
BENEFÍCIOS E SINISTROS	(7.868.709)	(7.141.305)
Sinistros	(7.816.835)	(7.093.890)
Variação da provisão de sinistros ocorridos mas não avisados	(23.279)	(31.822)
Despesas com benefícios	(4.922)	(6.099)
Despesas com resgates	(23.324)	(17.688)
Variação da provisão de eventos ocorridos, mas não avisados	(349)	8.194
INSUMOS ADQUIRIDOS E TERCEIROS	(4.912.997)	(4.457.426)
Materiais, energia e outros	(1.245.149)	(928.125)
Serviços de terceiros	(329.980)	(284.578)
Comissões líquidas	(3.654.969)	(3.702.699)
Variação das despesas de comercialização diferidas	317.100	457.976
VALOR ADICIONADO BRUTO	2.914.248	3.041.290
DEPRECIACÃO, AMORTIZAÇÃO E EXAUSTÃO	(146.447)	(153.665)
VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE	2.767.801	2.887.624
VALOR ADICIONADO RECEBIDO/CEDIDO EM TRANSFERÊNCIA	1.503.242	539.770
Receitas financeiras	1.448.135	893.724
Resultado com operações de resseguros cedidos	54.602	(354.155)
Outros	505	200
VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR	4.271.043	3.427.395
VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR	4.271.043	3.427.395
Pessoal	773.291	715.344
Impostos, taxas e contribuições	1.472.898	1.212.839
Remuneração de capitais próprios	2.024.855	1.499.213

5



Resultados operacionais



5.1. BRASIL ASSISTÊNCIA

2015 foi um período de reestruturação para a Brasil Assistência. Com o objetivo de aperfeiçoar os índices de qualidade e produtividade no atendimento dos consumidores final e corporativo, a empresa foi reposicionada para uma atuação mais focada no cliente, o que resultou na revisão de todos os processos da área de Operações e na reestruturação da área Comercial.

Aliado a esse novo posicionamento, um dos principais desafios enfrentados durante o ano foi a regulamentação do produto SEGURVIAJE, que mobilizou a empresa para adequá-lo às novas regras determinadas pela Susep. Além disso, para enfrentar um mercado mais competitivo, com margens cada vez menores, a Brasil Assistência adotou uma postura cautelosa e seletiva nos acordos comerciais, revisitando contratos com o objetivo de evitar eventuais resultados negativos.

Durante o ano, a empresa foi beneficiada pela maior sinergia com a MAPFRE, materializada a partir da integração das áreas de suporte, o que contribuiu para a redução de custos diretos e a incorporação das melhores práticas, garantindo maior eficiência operacional, como demonstram alguns números conquistados no ano: 403.142 assistências realizadas e mais de 1,5 milhão de chamadas atendidas.

As perdas reconhecidas no exercício decorrem, fundamentalmente, do aumento da sinistralidade nos produtos de assistência a veículos e da maior frequência de assistência domiciliar. Além disso, a abrupta desvalorização do real frente ao dólar e ao euro gerou despesas decorrentes de serviços prestados no exterior no segmento de seguro viagem.

Desempenho econômico-financeiro

RECEITAS TOTAIS

Em 2015, as receitas da Brasil Assistência totalizaram R\$ 175 milhões, um crescimento de 15,4% em relação ao ano anterior.

LUCRO LÍQUIDO

Em 2015, o lucro líquido registrado no exercício foi negativo em R\$ 38 milhões, contra um resultado líquido negativo de R\$ 8,4 milhões em 2014.

PATRIMÔNIO LÍQUIDO

O patrimônio líquido da Brasil Assistência encerrou o ano em R\$ 23 milhões, com ativos totais de R\$ 107 milhões. Em dezembro, foi autorizado pelos acionistas um aumento de capital de R\$ 49 milhões, concretizado em janeiro de 2016 com os objetivos de reforçar a liquidez e ampliar a solidez da empresa.

RETORNO SOBRE OS INVESTIMENTOS

A taxa de retorno sobre os investimentos (*return on equity* – ROE) foi negativa de 345,8% em 2015.

Distribuição do Valor Adicionado (DVA)

[G4-EC1]

A riqueza gerada pela Brasil Assistência em 2015 somou R\$ 175 bilhões, um incremento de 15,5% em relação a 2014 (R\$ 151 bilhões). O valor adicionado líquido à disposição da empresa foi inferior 42% sobre o ano anterior, totalizando um valor negativo de R\$ 15,6 milhões em 2015. Esses recursos foram distribuídos da seguinte forma:

- R\$ 43 milhões – remuneração dos colaboradores;
- R\$ 11 milhões – pagamento de impostos, contribuições, tributos e taxas;
- R\$ 38 milhões – remuneração de capitais próprios (prejuízo).

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO (DVA) – BRASIL ASSISTÊNCIA		
(em milhões de reais)	2015	2014
Receitas	174.698	151.322
Prestação de serviços	167.956	149.674
Outras receitas	6.763	1.561
Incobráveis e reversão (constituição) de provisão para créditos de liquidação duvidosa	(21)	86
Insumos adquiridos de terceiros	(158.815)	(107.352)
Custos dos serviços prestados	(104.493)	(67.248)
Materiais, energia, serviços de terceiros e outros	(49.010)	(40.105)
(Perda) ganho na alienação e baixa de ativos	(5.311)	-
VALOR ADICIONADO BRUTO	15.833	43.970
Depreciação e amortização	(2.926)	(2.130)
VALOR ADICIONADO LÍQUIDO GERADO PELA COMPANHIA	12.957	41.839
Valor adicionado recebido em transferência	2.642	610
Resultado de equivalência patrimonial	-	-
Receitas financeiras	2.642	574
Receitas de aluguéis	-	35
VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR	15.599	42.449
DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO	15.599	42.449
Pessoal	42.872	38.764
Remuneração direta	26.474	26.579
Benefícios	14.574	10.257
FGTS	1.825	1.929
Impostos, taxas e contribuições	10.913	15.977
Federais	9.298	13.222
Estaduais	9	13
Municipais	1.605	2.742
Remuneração de capitais próprios	(38.186)	(12.292)
Prejuízo líquido do exercício	(38.186)	(12.292)

5.2. GRUPO SEGURADOR BB E MAPFRE

Com 17,6% de participação, o GRUPO BB E MAPFRE encerrou 2015 com a liderança de mercado e posição de destaque nos segmentos em que atua:

- liderança no ramo de Seguro de Pessoas, com 18,8% de participação;
- vice-liderança no segmento de Automóveis, com 14,8% de *market share* e frota de 2,8 milhões de veículos segurados.

PARTICIPAÇÃO DE MERCADO

SEGMENTOS	RANKING					PARTICIPAÇÃO				
	2015	2014	2013	2012	2011	2015	2014	2013	2012	2011
Seguro de Pessoas	1	1	1	1	1	18,8%	21,0%	19,7%	19,5%	17,7%
Automóveis	2	2	2	2	2	14,8%	14,9%	14,5%	14,5%	14,5%
Rural/Habitacional	1	1	1	2	2	41,4%	41,8%	40,5%	32,6%	31,8%
Massificados	3	3	3	3	3	10,6%	10,8%	11,3%	10,7%	12,2%
Grandes Riscos	1	2	2	2	3	16,5%	14,7%	12,4%	12,4%	11,7%
TOTAL	1	1	1	1	1	17,6%	17,9%	17,0%	16,2%	15,6%

Seguro de Pessoas

Em 2015, o GRUPO ocupou uma vez mais a primeira posição no *ranking* de Seguro de Pessoas, com 18,8% de participação de mercado e um volume de prêmios de R\$ 5.604 milhões. A grande retração verificada no crédito concedido pelas entidades bancárias a empresas e pessoas físicas afetou diretamente o desempenho dos produtos de seguros, com impacto negativo na evolução dos prêmios da companhia que, embora tenham evoluído 7,3%, registraram crescimento menor em relação aos índices de anos anteriores.

Para enfrentar esse cenário, o foco de atuação esteve direcionado para a aplicação de políticas de subscrição de riscos alinhadas com a estratégia de crescimento da empresa, sempre condicionada à obtenção de uma rentabilidade sustentável. O sucesso na aplicação dessas políticas permitiu ao GRUPO apresentar um resultado significativo, que superou em 36,7% o registrado no ano anterior.

Durante o ano, as atividades estiveram focadas na abordagem de temas materiais para o negócio e relevantes para o cenário futuro desse segmento, que foram debatidos durante encontro da Academia de Sustentabilidade para 61 colaboradores: interfaces legais; desafios para os ramos de seguros; saúde e segurança do trabalhador; demografia; envelhecimento da população; fatores de riscos emergentes; qualidade de vida; etc.

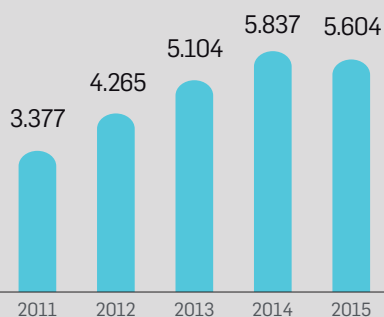
Além disso, foi estruturado um projeto de microsseguros e educação financeira na comunidade do Conjunto Palmeiras, na periferia de Fortaleza (CE), com a oferta de um produto capaz de atender às necessidades e à realidade desse público, promovendo ações de educação financeira.

A Unidade também enfatizou a oferta de produtos adequados às necessidades da sociedade e que incorporam coberturas diferenciadas, como os seguros de proteção às mulheres em caso de diagnóstico de câncer de mama, útero ou ovário e os seguros que garantem aos segurados, homens e mulheres, indenização em decorrência do diagnóstico de uma série de

PESSOAS

EVOLUÇÃO DE PRÊMIOS EMITIDOS

R\$ milhões



AUTOMÓVEL

EVOLUÇÃO DE PRÊMIOS EMITIDOS

R\$ milhões



doenças, dentre as quais câncer, infarto, acidente vascular cerebral, cirurgia coronária, insuficiência renal e até transporte de órgãos.

MATRIZ DE RISCOS ASG

Principais temas que impactam a unidade:

- poluição ambiental;
- saúde e segurança do trabalhador;
- corrupção.

PLANEJAMENTO 2016

- Desenvolver projetos que atendam à demanda de educação financeira, qualidade de vida e longevidade, além de prevenção e qualidade de vida aos clientes.

Automóvel

Com participação de mercado de 14,8%, que garante a manutenção da segunda posição no *ranking* nacional, e frota de 2,8 milhões de veículos segurados, o GRUPO encerrou 2015 com receita total de R\$ 5.549 milhões no segmento de Automóvel – desempenho praticamente estável em relação ao ano anterior (R\$ 5.458 milhões).

Um dos destaques ficou para o índice combinado de 92,3%, patamar 0,4 ponto percentual inferior ao observado em 2014 e que foi conquistado apesar da maior competitividade observada no mercado em 2015, quando os principais *players* reduziram seus preços para manutenção da cota de mercado, uma vez que a indústria de automóveis foi uma das que mais sentiram a retração econômica. O incremento da taxa de juros também foi outro fator que contribuiu para que os competidores operassem com um índice combinado mais elevado.

Além disso, a retração de crédito no mercado como um todo também afetou as vendas de seguros por meio do canal bancário, trazendo reflexos para os seguros de automóvel. Para enfrentar o aumento de competitividade no ano, o GRUPO também adotou uma série de medidas, como:

- lançamento do Auto Seis Meses, seguro inovador com vigência de seis meses, em linha com a proposta de alcançar clientes não compradores a partir do desenvolvimento de novas formas de cobrança, criação ou adaptação de produtos;
- melhoria nos processos de vendas de seguros para pequenas frotas, fidelizando fornecedores e atraindo novos clientes;
- ações de incentivo à renovação, contribuindo para o aumento da fidelização de novos clientes;
- inauguração de um novo Pátio de Salvados, na cidade de Caçapava (SP), com 75 mil metros quadrados de área útil e estrutura adequada aos princípios de sustentabilidade.

MATRIZ DE RISCOS ASG

Principais temas que impactam a unidade:

- eventos climáticos extremos (seca, inundações, vendavais);
- gestão de resíduos/salvados;
- direito do consumidor;
- gestão de fornecedores;
- relacionamento com partes interessadas;
- saúde e segurança ocupacional;
- novos hábitos de consumo;
- inadimplência;
- riscos de reputação;
- fraude, lavagem de dinheiro e corrupção;
- pessoas politicamente expostas;
- direito dos acionistas;
- auditoria/compliance;
- ética nos negócios;
- conflitos de interesse.

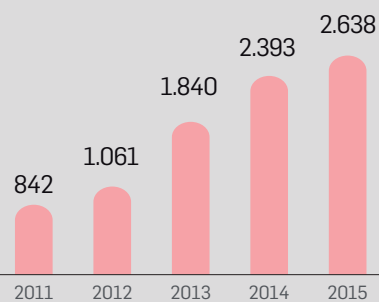
PLANEJAMENTO 2016

- Desenvolvimento de projetos que abordem os seguintes temas, promoção de medidas educativas de prevenção de acidentes de trânsito e ampliação da adequação estrutural e de processos do Pátio de Salvados.

RURAL + HABITACIONAL

EVOLUÇÃO DE PRÊMIOS EMITIDOS

R\$ milhões



Rural/Habitacional

Independentemente das questões macroeconômicas e revisões orçamentárias do país que, em 2015, afetaram os subsídios governamentais ao produtor rural, o GRUPO BB E MAPFRE buscou alternativas que possibilitaram reverter a tendência de queda em sua produção e recuperar, durante o segundo semestre, os resultados no segmento de seguros rurais e habitacionais, que encerraram o ano com R\$ 2.638 milhões de prêmios emitidos e crescimento de 12,8% em relação a 2014.

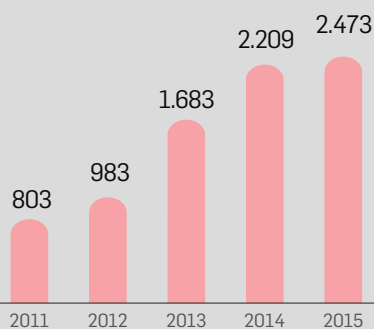
Outra ação importante promovida no ano foi o avanço no monitoramento das condições climáticas com o fortalecimento do processo de gestão de sinistros, viabilizado a partir do redimensionamento das equipes e de um planejamento mais apurado das ações focadas no atendimento a eventos climáticos.

A estratégia mostrou-se assertiva diante da diversificação, cada vez maior, da frequência e ocorrência dos sinistros. Em 2015, foram registrados excesso de chuva, geada e granizo na Região Sul (para as culturas de frutas e trigo) e estiagem nos estados de Mato Grosso, Goiás e Minas Gerais (para as culturas de soja e milho).

SOMENTE RURAL

EVOLUÇÃO DE PRÊMIOS EMITIDOS

R\$ milhões



Graças ao trabalho efetivo de monitoramento, quando esses fatores se materializaram, as equipes já estavam preparadas para calcular as perdas e apoiar os agricultores antes mesmo de o sinistro ser acionado, reduzindo em 43% o prazo médio de análise e liquidação de sinistros e garantindo atendimento diferenciado a quase 10 mil produtores em diversas regiões.

[G4-EC2]

MATRIZ DE RISCOS ASG

Principais temas que impactam a unidade:

- eventos climáticos extremos (seca, inundações, vendavais);
- gestão de resíduos/salvados;
- disponibilidade hídrica;
- *compliance* da legislação ambiental;
- poluição ambiental;
- áreas contaminadas;
- gestão de fornecedores;
- relações trabalhistas/sindicais;
- transição demográfica;
- novos hábitos de consumo;
- mobilidade urbana;
- fraude, lavagem de dinheiro e corrupção;
- pessoas politicamente expostas.

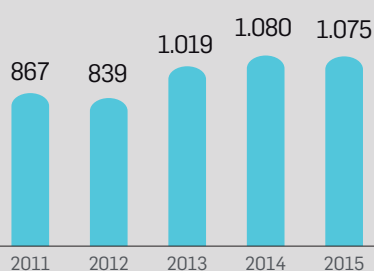
PLANEJAMENTO 2016

- Dar continuidade à matriz de resíduos (resíduos/salvados, cadeia de valor e destinação adequada).

MASSIFICADOS

EVOLUÇÃO DE PRÊMIOS EMITIDOS

R\$ milhões



Massificados

Sob o impacto do cenário econômico adverso enfrentado pelo mercado, que provocou, entre outros fatores, a retração da demanda por seguro no ano, o desempenho do GRUPO no segmento de Massificados foi menor que o esperado, com um volume total de prêmios emitidos de R\$ 1.075 milhões, 0,5% inferior ao ano anterior.

Para reverter esse desempenho e interromper a tendência de queda, os esforços foram direcionados para dois objetivos principais: melhorar a prestação de serviço e rentabilizar os produtos.

Nesse sentido, destaca-se a ampliação dos serviços agregados oferecidos junto do seguro, como a inclusão do processo de logística reversa, permitindo que 17,5 toneladas de eletroeletrônicos fossem destinadas corretamente durante o ano, fortalecendo, ao mesmo tempo, o valor da marca e o papel do GRUPO como indutor de boas práticas na cadeia de valor.

PLANEJAMENTO 2016

- Ampliar processo de logística reversa de salvados

MATRIZ DE RISCOS ASG

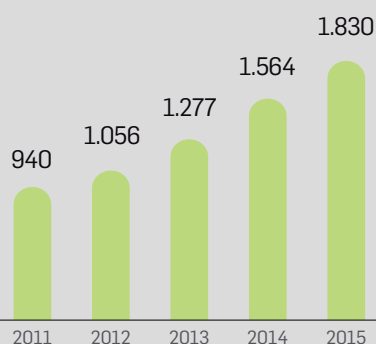
Principais temas que impactam a unidade:

- eventos climáticos extremos (seca, inundações, vendavais);
- gestão de resíduos/salvados;
- disponibilidade hídrica;
- direito do consumidor;
- gestão de fornecedores;
- relacionamento com partes interessadas;
- riscos cibernéticos;
- novos hábitos de consumo;
- inadimplência;
- riscos de reputação;
- fraude, lavagem de dinheiro e corrupção;
- auditoria/compliance;
- ética nos negócios;
- conflitos de interesse.

GRANDES RISCOS

EVOLUÇÃO DE PRÊMIOS EMITIDOS

R\$ milhões



Grandes Riscos

Com o cumprimento das metas previstas para o ano, o GRUPO registrou desempenho expressivo no segmento de Grandes Riscos, com crescimento de 17,1% em relação ao ano anterior e prêmios totais emitidos de R\$ 1.830 milhões.

A participação de mercado também foi aperfeiçoada, em decorrência dos seguintes fatores: as primeiras emissões de riscos de satélite e nuclear, oportunidades derivadas de movimentos da concorrência e o consequente aumento da carteira.

Os dois primeiros (e únicos) satélites lançados no país durante o ano foram segurados pelo GRUPO. Além disso, com a continuidade do processo de consolidação do mercado em 2015, o GRUPO adotou estratégias capazes de fortalecer o seu protagonismo.

Uma delas foi a adoção de uma estratégia de relacionamento mais próxima com as resseguradoras (IRB, MAPFRE RE Brasil e MAPFRE *Global Risks*), com a renovação dos contratos de resseguros em boas condições de operacionalização e custos, garantindo maior capacidade de aceitar grandes riscos.

Para se proteger da alta sinistralidade verificada em riscos industriais, foi promovido ainda um trabalho de inspeções prévias e recomendações para prevenir acidentes, que resultou em um aumento expressivo do número de inspeções.

Durante o ano, também foram promovidos projetos e ações com ênfase para o futuro do negócio, como o desenvolvimento de uma matriz de riscos e impactos ASG para priorização dos focos de atuação e dos temas relevantes em Grandes Riscos; e a sofisticação do processo de análise de riscos inspecionados *versus* riscos emitidos, com a inclusão dos aspectos ASG em todo o processo de inspeção, o que permitiu encerrar 2015 com um banco de dados de 65 mil empresas de diferentes setores já avaliadas com esse olhar mais amplo, que integra os aspectos financeiros e de riscos ASG.



Inspetores de riscos são capacitados para uma cultura de gestão com ênfase nos aspectos ASG

Além disso, para aprofundar o conhecimento de variáveis ambientais no processo de análise de inspetores e reguladores, foi realizado o *Workshop* de Inspeção de Riscos – Mudanças Climáticas, que capacitou 73 inspetores em 2014 e 71 inspetores de riscos em 2015 para uma cultura de gestão que leva em consideração as questões ASG, reforçando a importância desses aspectos no processo de subscrição e análise de riscos e mostrando o papel do inspetor no entendimento de fatores de riscos emergentes.

MATRIZ DE RISCOS ASG

Principais temas que impactam a unidade:

- gestão de resíduos/salvados;
- poluição ambiental;
- áreas contaminadas;
- gestão de fornecedores;
- riscos cibernéticos;
- alterações climáticas;
- licenciamento ambiental;
- segurança ocupacional;
- princípios éticos e comerciais.

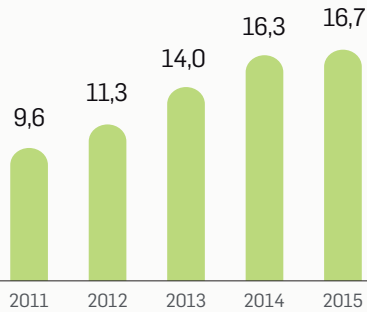
PLANEJAMENTO 2016

- Dar continuidade à matriz de riscos, com foco na gestão de resíduos gerados pelos sinistros.

GRUPO SEGURADOR BB E MAPFRE
DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

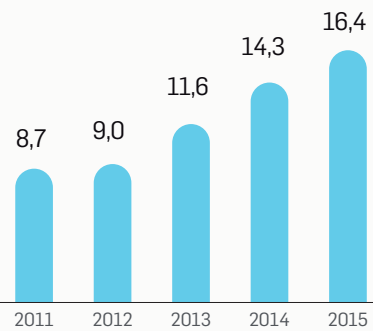
PRÊMIOS EMITIDOS

R\$ bilhões



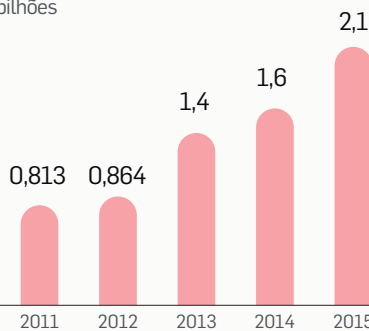
PROVISÕES TÉCNICAS DE SEGUROS

R\$ bilhões



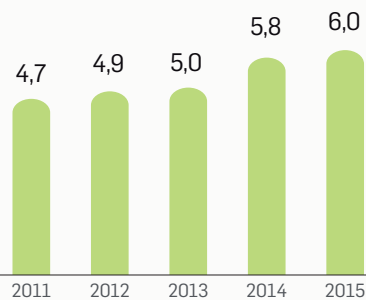
LUCRO LÍQUIDO

R\$ bilhões



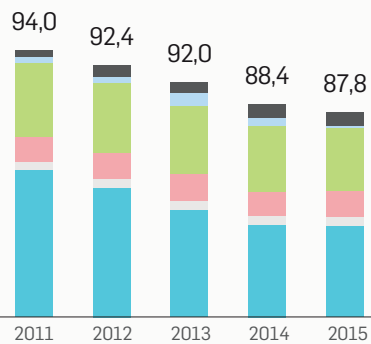
PATRIMÔNIO LÍQUIDO

R\$ bilhões



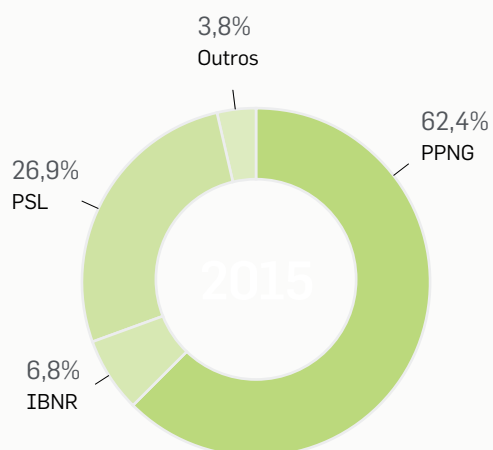
ÍNDICE COMBINADO

em %



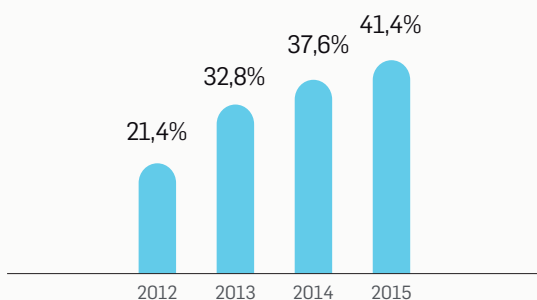
- Sinistralidade
- PIS-Cofins
- Despesas administrativas
- Comissionamento
- Resseguro cedido
- Outras receitas e despesas operacionais

MIX DE PROVISÕES TÉCNICAS DE SEGUROS



TAXA DE RETORNO SOBRE PATRIMÔNIO

R\$ bilhões



Desempenho econômico-financeiro

Os **prêmios emitidos** pelo GRUPO totalizaram R\$ 16,7 bilhões em 2015 – crescimento de 2,6% em relação a 2014 (R\$ 16,3 bilhões).

O **lucro antes dos impostos e participações** totalizou R\$ 3,3 bilhões, um incremento de 27,9% em comparação a 2014 (R\$ 2,6 bilhões). O **lucro líquido** encerrou o ano em R\$ 2,1 bilhões, com crescimento de 30,3% (R\$ 1,6 bilhão em 2014).

O **índice de sinistralidade** de 51,1% reflete um aumento de 2,2 p.p. (pontos percentuais) em relação a 2014 (48,9%), enquanto o **índice de comissionamento geral** ficou em 21,4% (21,5% em 2014) e as **despesas administrativas** representaram 8,3% sobre os prêmios ganhos em 2015 (8,0% em 2014).

As **provisões técnicas** de seguros totalizaram R\$ 16,4 bilhões em 2015, o que representa incremento de 15,2% em relação ao ano anterior (R\$ 14,3 bilhões em 2014).

O **patrimônio líquido** do GRUPO totalizou R\$ 6,0 bilhões em 2015 – crescimento de 4,1% em relação a 2014 (R\$ 5,8 bilhões). Os **ativos totais** encerraram o ano em R\$ 29,0 bilhões, um crescimento de 12,2% em comparação com 2014 (R\$ 25,9 bilhões).

A **taxa de retorno sobre o patrimônio** (ROE – *return on equity*) ficou em 41,4% (37,6% em 2014), em decorrência dos resultados favoráveis nos segmentos em que atua e de maior eficiência na gestão de seus custos.

Distribuição do valor adicionado (DVA)

[G4-EC1]

O GRUPO BB E MAPFRE demonstra com transparência a riqueza gerada a cada exercício, devolvendo e compartilhando com a sociedade suas conquistas. Em 2015, a riqueza gerada totalizou R\$ 16,7 bilhões, um incremento de 2,7% em relação a 2014 (R\$ 16,3 bilhões). O valor adicionado líquido à disposição da empresa cresceu 25,4% sobre o ano anterior, totalizando R\$ 4,3 bilhões em 2015 (R\$ 3,4 bilhões em 2014). Esses recursos foram distribuídos da seguinte forma:

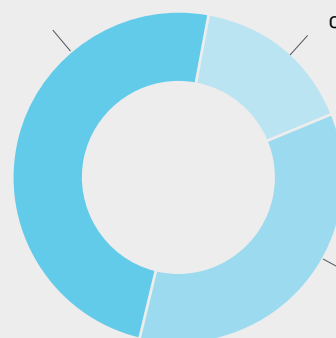
- R\$ 689 milhões – remuneração dos colaboradores;
- R\$ 1,5 bilhão – pagamento de impostos, contribuições, tributos e taxas;
- R\$ 2,1 bilhões – valores retidos que foram incorporados ao patrimônio líquido dos acionistas;

R\$ 2,1 bilhões

valores retidos que foram incorporados ao patrimônio líquido dos acionistas.

R\$ 689 milhões

remuneração dos colaboradores



R\$ 1,5 bilhão

pagamento de impostos, contribuições, tributos e taxas.

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO (DVA) – GRUPO BB E MAPFRE

(em milhões de reais)	2015	2014
RECEITAS	16.729.096	16.290.675
Receitas com operações de seguros	16.695.447	16.277.223
Outras	33.649	13.452
VARIAÇÕES DAS PROVISÕES TÉCNICAS	(1.427.450)	(1.888.730)
Operações de seguros	(1.427.450)	(1.888.730)
RECEITA LÍQUIDA OPERACIONAL	15.301.646	14.901.945
BENEFÍCIOS E SINISTROS	(7.806.676)	(7.087.596)
Sinistros	(7.786.549)	(7.035.311)
Variação da provisão de sinistros ocorridos mas não avisados	(20.127)	(52.286)
INSUMOS ADQUIRIDOS E TERCEIROS	(4.457.833)	(4.295.758)
Localização e funcionamento e outros	(915.470)	(861.162)
Serviços de terceiros	(273.187)	(240.827)
Comissões líquidas	(3.579.683)	(3.646.640)
Variação das despesas de comercialização diferidas	310.507	452.871
VALOR ADICIONADO BRUTO	3.037.137	3.018.591
DEPRECIÇÃO, AMORTIZAÇÃO E EXAUSTÃO	(134.592)	(49.276)
VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE	2.902.545	2.969.315
VALOR ADICIONADO RECEBIDO/CEDIDO EM TRANSFERÊNCIA	1.420.184	478.905
Receitas financeiras	1.363.219	831.373
Resultado com operações de resseguros cedidos	56.460	(352.668)
Outras	505	200
VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR	4.322.729	3.448.219
VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR	4.322.729	3.448.219
Pessoal	688.531	628.718
Impostos, taxas e contribuições	1.492.999	1.221.471
Remuneração de capitais de próprios	2.141.199	1.598.030

5.3. MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS

Com atuação direcionada para a oferta de produtos e soluções de acumulação financeira, a MAPFRE Serviços Financeiros enfrentou os efeitos do cenário econômico adverso em 2015, garantindo a manutenção de resultados nos diferentes segmentos.

Uma das ações adotadas no ano foi a atuação mais sinérgica nas áreas de Investimentos e Previdência com a unificação da equipe comercial, que foi segmentada por canais de distribuição e passou a atuar de maneira integrada, otimizando custos, reforçando o conceito de *cross selling* e aperfeiçoando o contato com os clientes.

Previdência

Apesar do cenário desfavorável, o mercado de Previdência manteve um desempenho positivo em 2015 (20% de crescimento), além das expectativas iniciais para o período.

Superando o ritmo do mercado, a operação da MAPFRE alcançou resultados expressivos, com crescimento de 40% no volume e produção total (que inclui contribuições periódicas, aportes e portabilidade externa de entrada) de R\$ 685 milhões. As reservas foram 23,5% superiores em relação ao ano anterior, encerrando 2015 em R\$ 2,9 bilhões.

Esse desempenho, com 120 mil planos em carteira, é explicado pela redução da portabilidade de saída de resgates.

Com a unificação das equipes comerciais de Investimentos e Previdência e a adoção de uma estratégia segmentada por canais de distribuição (distribuidores, corretores de valores, corretores e grandes *brokers*), a empresa aumentou a sinergia e otimizou custos, alcançando resultados positivos em relação à retenção de clientes.



Beneficiado também por esse novo modelo de negócio, o produto de vida resgatável MAPFRE *Bien Vivir* passou a ser comercializado em outros canais de distribuição (canal bancário e novos corretores e distribuidores), garantindo um crescimento expressivo de 70% em relação a 2014.

Além de estruturar o atendimento aos distribuidores, foram desenvolvidas campanhas de incentivo e um processo intenso de treinamentos focados no conhecimento do perfil do cliente e na disseminação de uma atitude comercial positiva e proativa.

Saúde

O ano de 2015 foi de consolidação da operação de Saúde, com o efetivo início das atividades nesse novo segmento para o Grupo (neste primeiro momento com atuação específica em Planos Administrados de Pós-Pagamento), que encerrou o ano com uma base de 10 mil vidas em carteira.

Além de concluir a migração dos colaboradores das empresas MAPFRE Brasil (Brasil Assistência, MAPFRE Serviços Financeiros e Cesvi Brasil), que foram beneficiadas pela redução de custos em seus respectivos processos de gestão de saúde, ao final de 2015 foi iniciada a implantação de outros clientes externos.

Outro destaque do ano foi a conclusão da compra de uma carteira de plano odontológico, com uma base de 32 mil clientes, agregando mais um serviço às operações da empresa e consolidando sua atuação nesse segmento.

E, para disseminar o seu posicionamento diferenciado ao mercado – focado na prevenção, educação para a saúde e qualidade de vida –, foi desenvolvido um amplo trabalho de estruturação e capacitação da equipe comercial para atuar com os *players* do mercado.

Investimentos

Mais uma vez, as operações da MAPFRE na área de Investimentos superaram as adversidades econômicas do período, encerrando o ano com resultados acima da média de mercado. Os recursos sob gestão cresceram 17,5% no ano, totalizando R\$ 7,4 bilhões, com um volume de captação de R\$ 1,1 milhão.

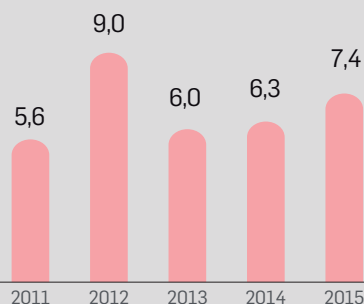
Os fundos geridos pela empresa apresentaram *performance* consistente ao longo do ano, com desempenho superior aos principais índices de mercado. No segmento multimercado, três fundos se destacaram com rentabilidade superior ao seu índice de referência, o CDI – Certificado de Depósito Interbancário (13,23%):

- MAPFRE INVERSION FIM – rendimento de 13,92%, equivalente a 105% do CDI;
- MAPFRE INVERSION PLUS FIM – rendimento de 14,86%, equivalente a 112% do CDI;

INVESTIMENTOS

ATIVOS SOB GESTÃO

R\$ bilhões



- MAPFRE INVERSION HIPERAGRESSIVO – rendimento de 16,41%, equivalente a 124% do CDI;

No segmento renda fixa, voltado ao investidor mais conservador, os fundos também superaram os principais índices de inflação, como o IGP-M (10,54%) e o IPCA (10,67%):

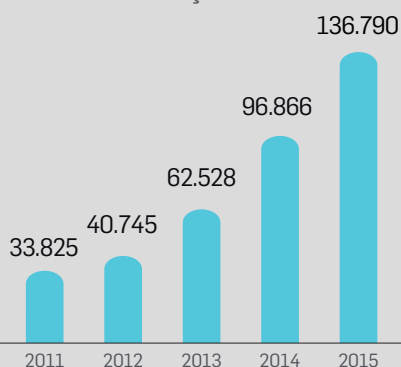
- MAPFRE RENDA FIXA PLUS FI – rendimento de 13,99%, equivalente a 105,8% do CDI;
- MAPFRE CRÉDITO PRIVADO FI RF LONGO PRAZO – rendimento de 13,85%, equivalente a 104,7% do CDI;
- MAPFRE DI FIC REFERENCIADO – rendimento de 12,45%, equivalente a 94% do CDI.

Além do bom desempenho apresentado, a empresa foi vencedora do Prêmio *Top* Gestão de Fundos 2015 – Segmento Focadas Renda Fixa. Organizado pelo jornal *Valor Econômico*, em parceria com a agência de classificação de risco Standard & Poor's (S&P), o prêmio é reconhecido como a mais importante premiação para empresas de gestão de recursos do mercado brasileiro.

CAPITALIZAÇÃO

RECEITAS DE CAPITALIZAÇÃO

R\$ mil



Capitalização

As operações da MAPFRE no mercado de Capitalização mantiveram a tendência de crescimento de dois dígitos, encerrando o ano com incremento de **13%** nas reservas técnicas, que totalizaram R\$ **136** milhões no ano.

O destaque ficou para o desempenho da empresa em Incentivos e Promoções, que cresceu 42% enquanto o mercado registrou um decréscimo de 2% no mesmo período, com a consolidação da sua atuação no segmento de agências e publicidade. Com 32% de incremento em relação a 2014, a operação de Garantia Fiador também contribuiu para os resultados alcançados pela unidade.

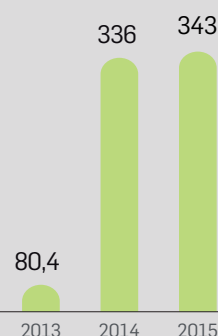
As ações promovidas para garantir a divulgação de informações sobre os produtos e o mercado de capitalização tiveram continuidade com a realização de palestras, em parceria com o Sindicato das Empresas de Compra, Venda, Locação e Administração de Imóveis Residenciais e Comerciais de São Paulo (Secovi/SP) e com as agências de publicidade, para explicar o funcionamento dos produtos e ressaltar a importância da educação e do planejamento financeiro para que os distribuidores e demais intermediários possam disseminar o tema entre os clientes.

CONSÓRCIO

R\$ milhões

CARTAS DE CRÉDITO VENDIDAS

R\$ milhões



Consórcio

As vendas da operação de Consórcio totalizaram R\$ 356 milhões em volume de cotas em 2015, um crescimento de 8% em relação ao ano anterior e acima da média de mercado, que cresceu 4% no ano.

Um dos responsáveis por esse desempenho foi a realização de campanhas de incentivo, garantindo, ao final do período, uma base de 2 mil clientes ativos.

Em linha com os três pilares de sua operação em consórcio (inovação, tecnologia e relacionamento), a MAPFRE foi a primeira empresa desse mercado a adotar o WhatSac, um aplicativo para atendimento ao cliente sobre o produto, levando inovação e respostas com agilidade.

Outra novidade do ano foi o lançamento do Portal do Conhecimento, uma iniciativa criada para compartilhar informações sobre processos entre as equipes comerciais e os centros de atendimento ao cliente, garantindo a padronização das atividades e a manutenção da informação na empresa.

Durante o ano, atendendo a pedido dos próprios clientes, foram lançados ainda dois novos grupos de Automóvel (com valores entre R\$ 40 mil e R\$ 80 mil) e de Imóvel (R\$ 250 mil a R\$ 500 mil).

Cesvi Brasil

A continuidade da retração na venda de veículos em 2015 continuou causando reflexos em toda a cadeia de atuação. Para superar esse cenário, o Centro de Experimentação e Segurança Viária (Cesvi Brasil) conduziu o negócio para os seguintes focos estratégicos: produtividade, eficiência operacional e desenvolvimento de novas linhas de negócio. Em linha com esse posicionamento, foram promovidas as seguintes ações durante o ano:

- Aumento da percepção de valor, tanto técnica quanto tecnológica, do sistema Órion, com o desenvolvimento de uma nova versão, a Órion V6, capaz de aumentar a produtividade das seguradoras, reguladoras e oficinas no momento da regulação de sinistros, com ambientes mais modernos, velozes e seguros.
- Consolidação da operação de gestão de pátios de salvados, com a implantação dos processos de leilão *online* e leilão híbrido (veículos são vendidos em uma unidade e ficam estocados em outra) e a implantação das operações de gestão de salvados em dois pátios do GRUPO BB E MAPFRE.
- Desenvolvimento de 10 pesquisas sobre temas variados (reparação automotiva, rastreadores, roubo e furto entre homens e mulheres, educação no trânsito, regulação correta dos retrovisores externos etc.).
- Lançamento de um novo índice/indicador veicular: o índice de manutenção.
- Treinamento com 839 participantes, com destaque para o Ciclo de palestras sobre veículos salvados (Certa), com uma palestra do Detran.sp, e para o treinamento sobre gestão ambiental e sustentabilidade, desenvolvido em conjunto com área de Sustentabilidade do GRUPO BB E MAPFRE.
- Conquista de novos clientes (seguradoras e frotistas).

Na área social, o Cesvi Brasil mantém ainda o projeto Repare Bem, desenvolvido em parceria com a Instituição Esperança sem Limites – Cidade dos Meninos, em Campinas (SP).

O projeto tem como objetivos gerar oportunidades de trabalho, formando mão de obra qualificada para atuar no setor de reparação automotiva, e, assim, ajudar a suprir as necessidades do setor. A programação é abrangente, incluindo desde noções sobre atendimento ao cliente na oficina até as mais recentes tecnologias de reparo de veículos. Cerca de 230 jovens já passaram pelo projeto, que, em 2015, formou 30 participantes.

Desempenho econômico-financeiro

RECEITAS TOTAIS

Em 2015, as receitas totais da MAPFRE Serviços Financeiros alcançaram a marca de R\$ 905,5 milhões em prêmios, contribuições e receitas com administração de fundos, o que representa um crescimento de 32,9% em relação ao ano anterior.

PROVISÕES TÉCNICAS

As provisões técnicas totalizaram R\$ 3 bilhões no ano, montante 23,3% superior em relação a 2014.

LUCRO LÍQUIDO

O lucro antes dos impostos e participações totalizou R\$ 19,6 milhões, e o lucro líquido foi de R\$ 15 milhões.

PATRIMÔNIO LÍQUIDO

O patrimônio líquido atingiu R\$ 270 milhões no ano, e os ativos totais alcançaram a marca de R\$ 3,4 bilhões.

RETORNO SOBRE OS INVESTIMENTOS

Em 2015, a taxa de retorno sobre os investimentos (ROE – *return on equity*) foi de 6,4%.

Distribuição do valor adicionado (DVA)

[G4-EC1]

Com uma riqueza gerada de R\$ 905 milhões em 2015, o valor adicionado líquido à disposição da MAPFRE Serviços Financeiros totalizou R\$ 73 milhões. Esses recursos foram distribuídos da seguinte forma:

- R\$ 42 milhões – remuneração dos colaboradores;
- R\$ 16 milhões – pagamento de impostos, contribuições, tributos e taxas;
- R\$ 15 milhões – valores retidos que foram incorporados ao patrimônio líquido dos acionistas;

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO (DVA) – MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS		
(em milhões de reais)	2014	2015
RECEITAS	905.523	681.254
Receitas com operações de seguros	623.491	442.625
Receitas com operações de previdência complementar	67.636	50.145
Receitas com operações de capitalização	136.790	96.866
Receitas com operações de saúde	1.505	1
Receitas com operações de consórcio	8.524	7.680
Outras	69.959	84.069
Provisão para créditos de liquidação duvidosa - Reversão / (Constituição)	(117)	(131)
VARIAÇÕES DAS PROVISÕES TÉCNICAS	(29.610)	(184.971)
Operações de previdência	(29.610)	(184.971)
RECEITA LÍQUIDA OPERACIONAL	613.914	496.283
BENEFÍCIOS E SINISTROS	(501.134)	(377.400)
Sinistros	(501.134)	(377.400)
INSUMOS ADQUIRIDOS E TERCEIROS	(139.507)	(103.156)
Materiais, energia e outros	(55.352)	(33.028)
Serviços de terceiros	(10.695)	(16.053)
Comissões líquidas	(73.460)	(54.076)
VALOR ADICIONADO BRUTO	(26.906)	15.726
DEPRECIACÃO, AMORTIZAÇÃO E EXAUSTÃO	(1.678)	(1.037)
VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE	(28.584)	14.689
VALOR ADICIONADO RECEBIDO/CEDIDO EM TRANSFERÊNCIA	101.409	80.428
Receitas financeiras	103.267	81.914
Resultado com operações de resseguros cedidos	(1.858)	(1.486)
VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR	72.825	95.116
VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR	72.825	95.116
Pessoal	42.058	57.342
Impostos, taxas e contribuições	15.565	26.003
Remuneração de capitais de próprios	15.201	11.771

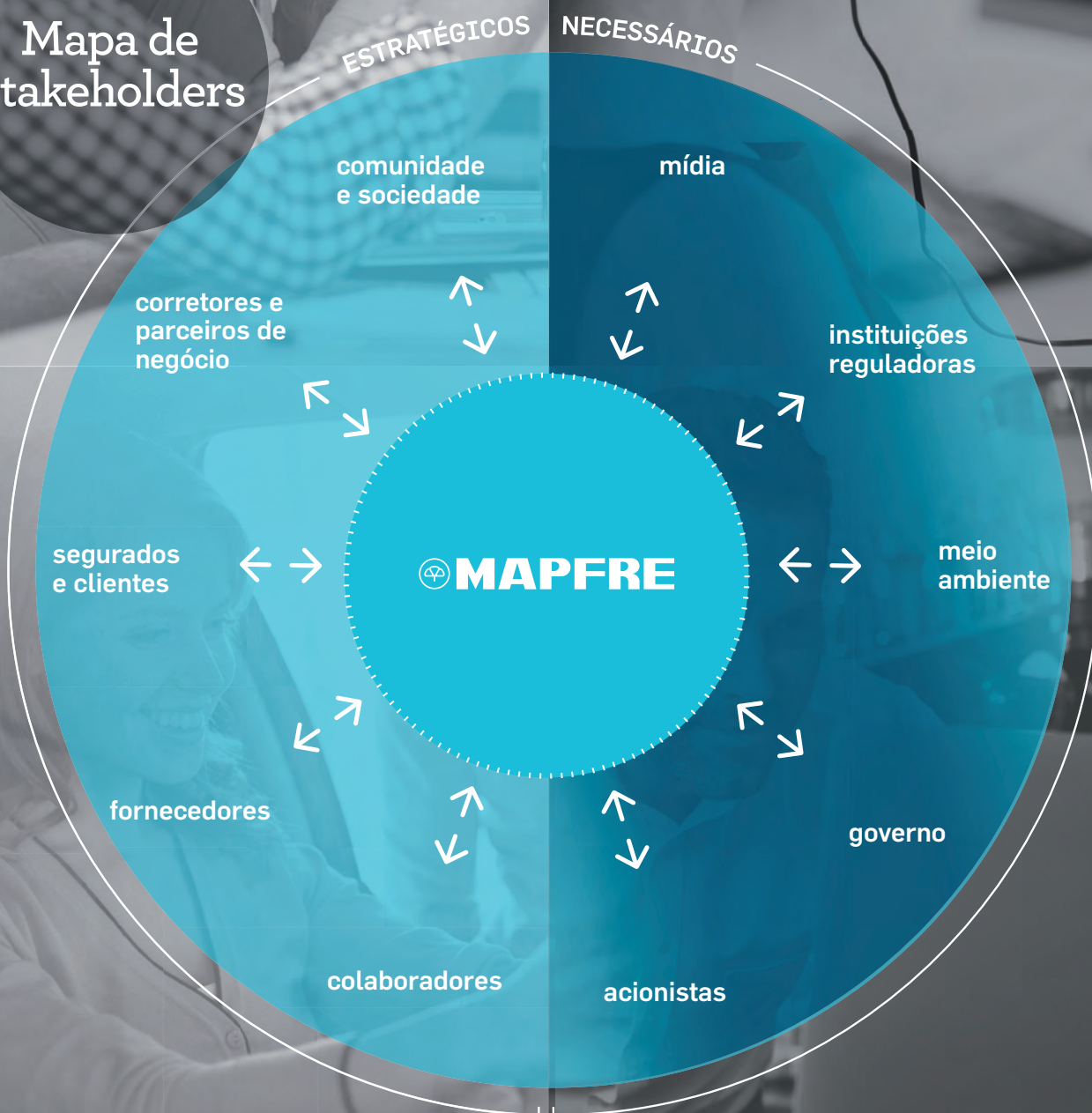
6



Resultados compartilhados por *stakeholder*



Mapa de Stakeholders



A MAPFRE Brasil conta com um mapa, revisado anualmente, que evidencia e classifica os seus principais *stakeholders* em dois níveis: **ESTRATÉGICOS** (colaboradores, fornecedores, clientes e segurados, corretores e parceiros de negócio, comunidade e sociedade) e **NECESSÁRIOS** (meio ambiente, governo, instituições reguladoras, acionistas e mídia). Essa definição utiliza como critério o envolvimento, direto ou indireto, mantido com cada público que pode ser impactado por suas atividades ou impactar de forma relevante o negócio. **[G4-24, G4-25]**

Canais de relacionamento

Além deste relatório de sustentabilidade, a MAPFRE Brasil conta com diferentes canais de comunicação e relacionamento, que permitem o diálogo permanente com os seus diferentes grupos de interesse. **[G4-26]**

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



STAKEHOLDERS ESTRATÉGICOS [G4-26]

GRUPOS DE INTERESSE	COMPROMISSOS DA MAPFRE BRASIL	CANAIS DE RELACIONAMENTOS
CORRETORES E PARCEIROS DE NEGÓCIOS	<ul style="list-style-type: none"> – Manter um canal de diálogo permanente. – Estabelecer relações honestas e construtivas. 	<ul style="list-style-type: none"> – Portal MAPFRE – Newsletters – Planos de treinamento – Plataforma <i>online</i> – Folhetos comerciais – Revistas especializadas – Programas de formação e capacitação – Reuniões comerciais – Redes sociais – Academia de Sustentabilidade
COMUNIDADE E SOCIEDADE	<ul style="list-style-type: none"> – Manter um canal de diálogo permanente. – Estabelecer relações confiáveis e construtivas. 	<ul style="list-style-type: none"> – Portal MAPFRE – Portal Fundación MAPFRE – Redes sociais

STAKEHOLDERS NECESSÁRIOS

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

6.1. COLABORADORES [G4-DMA]

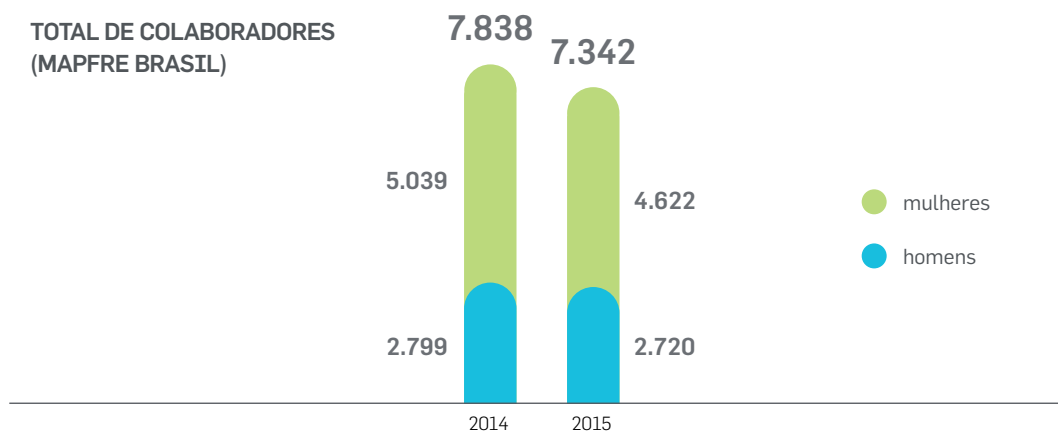
A valorização e o desenvolvimento dos colaboradores são focos da atuação da MAPFRE Brasil. Além de investir na capacitação e constante atualização de sua equipe, a companhia também promove iniciativas que visam à segurança, ao bem-estar e à qualidade de vida de seus colaboradores.

Perfil dos colaboradores

A empresa encerrou 2015 com um total de 7.342 colaboradores, 94% do total do quadro de 2014 (7.838 colaboradores), dos quais 6.608 estão concentrados na Região Sudeste – alocados nos escritórios administrativos e nas centrais de atendimento. Os demais colaboradores ficam sediados nas 124 sucursais, localizadas em todo o território nacional. [G4-10, G4-LA12]

TOTAL DE COLABORADORES	GRUPO BB E MAPFRE	MAPFRE Serviços Financeiros	Brasil Assistência	Consolidado MAPFRE Brasil	% Consolidado
Homens	2.359	195	166	2.720	37%
Mulheres	3.998	141	483	4.622	63%
TOTAL DE COLABORADORES	6.357	336	649	7.342	100%

No último ano, a representatividade de mulheres caiu 8% em relação a 2014, enquanto o percentual de homens apresentou redução de 3 pontos percentuais.



[G4-10]



CATEGORIA FUNCIONAL	GRUPO BB E MAPFRE	MAPFRE Serviços Financeiros	Brasil Assistência	Consolidado MAPFRE Brasil	% Consolidado
DIRETORIA	37	20	2	59	100%
Homens	33	18	2	53	90%
Mulheres	4	2	-	6	10%
CHEFIA¹	683	44	81	808	100%
Homens	384	26	39	449	56%
Mulheres	299	18	42	359	44%
TÉCNICO²	3.114	131	138	3.383	100%
Homens	951	71	64	1.086	32%
Mulheres	2.163	60	74	2.297	68%
ADMINISTRATIVO³	2.523	141	428	3.092	100%
Homens	991	80	61	1.132	37%
Mulheres	1.532	61	367	1.960	63%

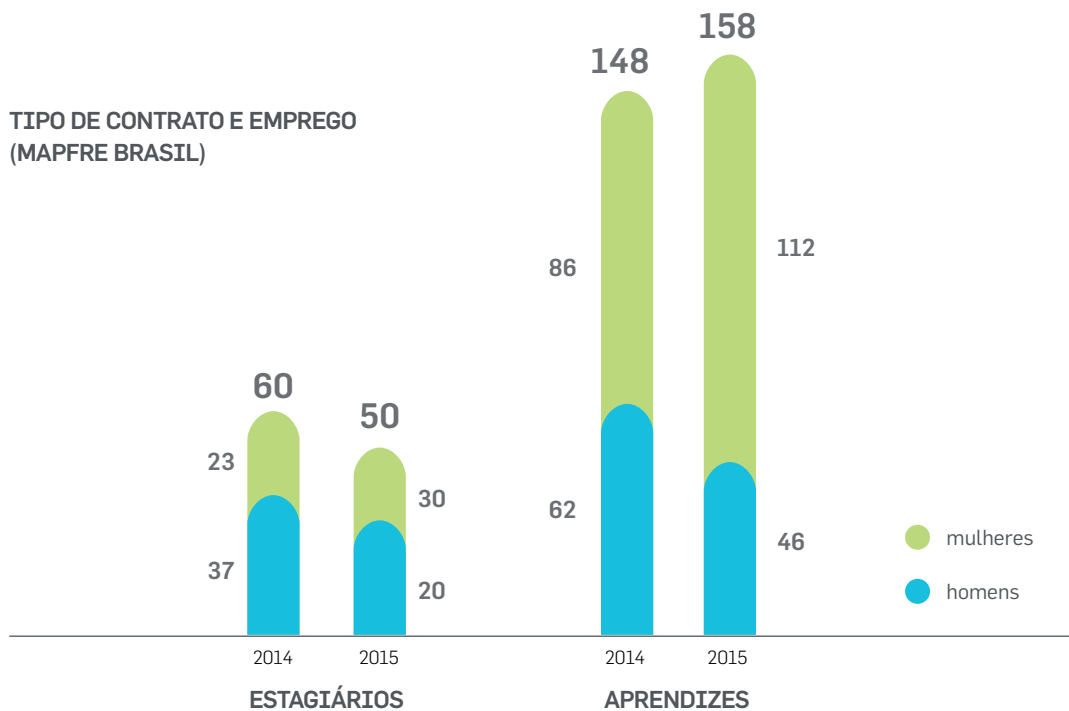
¹ gerentes e superintendentes.

² especialistas, analistas, assessores, secretárias, técnicos, advogados, peritos e subscritores.

³ assistentes, coordenadores, atuários, consultores, estagiários.

TIPO DE CONTRATO E EMPREGO	GRUPO BB E MAPFRE	MAPFRE Serviços Financeiros	Brasil Assistência	Consolidado MAPFRE Brasil	% Consolidado
TEMPO INDETERMINADO	6.280	308	607	7.195	100%
Homens	2.314	178	163	2.655	37%
Mulheres	3.966	130	444	4.540	63%
TEMPORÁRIO	77	28	42	147	100%
Homens	45	17	3	65	44%
Mulheres	32	11	39	82	56%
ESTAGIÁRIOS	35	15	-	50	100%
Homens	19	11	-	30	60%
Mulheres	16	4	-	20	40%
APRENDIZES	132	2	24	158	100%
Homens	40	2	4	46	29%
Mulheres	92	-	20	112	71%

Em 2015, o total de estagiários diminuiu 17%. Já no quadro de aprendizes, foi registrado um acréscimo de 7%, com destaque para o aumento de 30% de mulheres nessa posição, que hoje representam 71% do total de aprendizes. **[G4-10]**



FAIXA ETÁRIA	GRUPO BB E MAPFRE	MAPFRE Serviços Financeiros	Brasil Assistência	Consolidado MAPFRE Brasil	% Consolidado
< 30 anos	2.639	123	369	3.131	43%
Entre 30 e 50 anos	3.399	196	261	3.856	53%
> 50 anos	319	17	19	355	5%
TOTAL DE COLABORADORES	6.357	336	649	7.342	100%

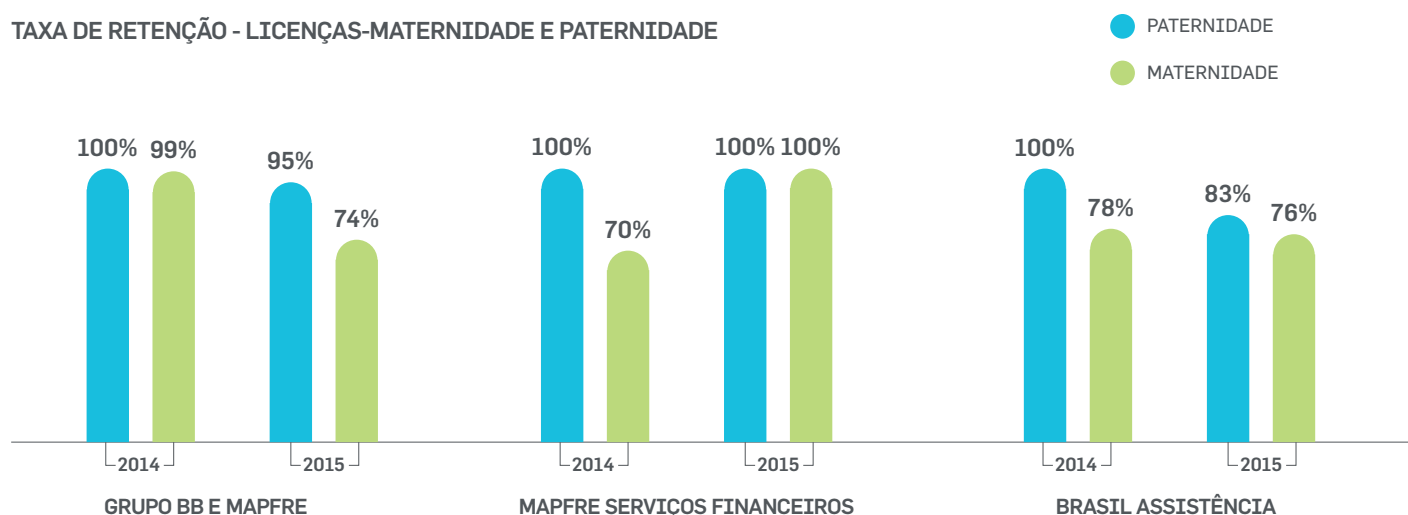
TAXAS DE RETORNO AO TRABALHO E RETENÇÃO APÓS LICENÇA-MATERNIDADE/PATERNIDADE, DISCRIMINADAS POR GÊNERO [G4-LA3]

LICENÇAS-MATERNIDADE E PATERNIDADE	GRUPO BB E MAPFRE ¹	MAPFRE Serviços Financeiros	Brasil Assistência	Consolidado MAPFRE Brasil
Taxa de retorno				
Paternidade	100%	100%	100%	100%
Maternidade	100%	100%	83%	97%
Taxa de retenção				
Paternidade	95%	100%	83%	95%
Maternidade	74%	100%	76%	75%

¹ A taxa de retenção calculada pelo GRUPO BB E MAPFRE é referente a nove meses, após retorno ao trabalho.

A MAPFRE Serviços Financeiros atingiu 100% de retenção entre os colaboradores que usufruíram da licença maternidade ao longo de 2015. O GRUPO BB E MAPFRE e a Brasil Assistência tiveram reduções de retenção no último ano, em comparação a 2014. **[G4-LA3]**

TAXA DE RETENÇÃO - LICENÇAS-MATERNIDADE E PATERNIDADE



NÚMERO TOTAL E TAXAS DE NOVAS CONTRATAÇÕES DE EMPREGADOS E ROTATIVIDADE POR FAIXA ETÁRIA, GÊNERO E REGIÃO **[G4-LA1]**

NOVAS CONTRATAÇÕES E DESLIGAMENTOS POR GÊNERO	GRUPO BB E MAPFRE	MAPFRE Serviços Financeiros	Brasil Assistência	Consolidado MAPFRE Brasil
NOVAS CONTRATAÇÕES	975	92	271	1.338
Homens	354	58	50	462
Mulheres	621	34	221	876
Taxa de novas contratações – Homens	15,02%	17,3%	7,7%	13,34%
Taxa de novas contratações – Mulheres	15,53%	10,1%	34,1%	19,91%
Taxa de novas contratações – Total	15,34%	27,4%	41,8%	28,18%
DESLIGAMENTOS	1.428	70	414	1.912
Homens	464	36	95	595
Mulheres	964	34	319	1.317
Taxa de desligamento – Homens	19,67%	10,7%	14,6%	14,99%
Taxa de desligamento – Mulheres	23,86%	10,1%	49,2%	27,72%
Taxa de desligamento – Total	22,32%	20,8%	63,8%	35,64%

[G4-DMA, G4-LA1]

NOVAS CONTRATAÇÕES E DESLIGAMENTOS POR FAIXA ETÁRIA	GRUPO BB E MAPFRE	MAPFRE Serviços Financeiros	Brasil Assistência	Consolidado MAPFRE Brasil
NOVAS CONTRATAÇÕES	975	92	271	1.338
< 30 anos	627	32	185	844
Entre 30 e 50 anos	340	58	84	482
> 50 anos	8	2	2	12
Taxa de novas contratações – < 30 anos	23,26%	9,5%	28,5%	20,42%
Taxa de novas contratações – entre 30 e 50 anos	9,91%	17,3%	12,9%	13,37%
Taxa de novas contratações – > 50 anos	2,95%	0,6%	0,3%	1,28%
Taxa de novas contratações – Total	15,24%	27,4%	41,8%	28,15%
DESLIGAMENTOS	1.428	70	414	1.912
< 30 anos	780	29	226	1.035
Entre 30 e 50 anos	604	37	177	818
> 50 anos	44	4	11	59
Taxa de desligamento – < 30 anos	28,93%	8,6%	34,8%	24,11%
Taxa de desligamento – entre 30 e 50 anos	17,60%	11,0%	27,3%	18,63%
Taxa de desligamento – > 50 anos	16,24%	1,2%	1,7%	6,38%
Taxa de desligamento – Total	22,32%	20,8%	63,8%	35,64%

TIPOS E TAXAS DE LESÕES, DOENÇAS OCUPACIONAIS, DIAS PERDIDOS, ABSENTEÍSMO E NÚMERO DE ÓBITOS RELACIONADOS AO TRABALHO, DISCRIMINADOS POR REGIÃO E GÊNERO [G4-LA6]

SAÚDE E SEGURANÇA ¹	GRUPO BB E MAPFRE	Brasil Assistência
TAXA DE LESÕES	0,13%	0,05%
Homens	0,08%	0,01%
Mulheres	0,05%	0,04%
TAXA DE DOENÇAS OCUPACIONAIS²	1,55%	0,0%
Homens	0,47%	0,0%
Mulheres	1,08%	0,0%
TAXA DE DIAS PERDIDOS	1,61%	0,05%
Homens	0,48%	0,01%
Mulheres	1,13%	0,04%
TAXA DE ABSENTEÍSMO	1,60%	3,06%
Homens	0,50%	0,77%
Mulheres	1,10%	2,30%
TOTAL DE ÓBITOS	0,00%	0

¹ Em 2015, esses dados não estavam disponíveis na MAPFRE Serviços Financeiros. Para 2016, a gestão desses indicadores será implementada.

² Na Brasil Assistência não foram registrados casos de afastamento enquadrados como doenças ocupacionais em 2015.

Capacitação e treinamento [G4-DMA, G4-LA10]

Em busca do aperfeiçoamento profissional de seus colaboradores, a MAPFRE Brasil investe continuamente na capacitação de seus colaboradores, promovendo ações de treinamento, formação e qualificação, capacitando-os para o desempenho de suas atividades, além de prepará-los para assumirem novas posições.

Em 2015, foram destinados R\$ 8 milhões para a realização de treinamentos presenciais e *online*, o que resultou em um total de 260.824 horas de capacitação interna, que representa 35,5 horas de treinamento por colaborador. Em 2014, foram oferecidas 326 mil horas de treinamento, uma média de 41,5 horas de treinamento por colaborador.

NÚMERO MÉDIO DE HORAS DE TREINAMENTO POR ANO POR EMPREGADO, DISCRIMINADO POR GÊNERO E CATEGORIA FUNCIONAL [G4-LA9]

MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO/COLABORADOR	GRUPO BB E MAPFRE	MAPFRE Serviços Financeiros	Brasil Assistência	Consolidado MAPFRE Brasil
GÊNERO	36,5	6,6	40,5	35,5
Homens	30,0	6,62	36,45	28,69
Mulheres	40,4	6,63	41,93	39,54
CATEGORIA FUNCIONAL	36,5	6,6	40,5	35,5
Diretoria	29,5	1,6	61	21
Chefia	32,5	17,5	20	30
Técnico	46,3	9,9	110,1	47,5
Administrativo	25,6	0,8	21,9	24,0

A empresa atua no desenvolvimento contínuo de sua equipe por meio de programas dedicados ao tema, como a Universidade Corporativa e o Programa Pós-Carreira, lançado em 2015 para auxiliar os colaboradores a se prepararem e planejarem um novo momento de suas carreiras com a chegada da aposentadoria, a partir de três focos de atuação:

- **Planejamento financeiro:** auxiliar os colaboradores a planejar seu orçamento para o momento pós-aposentadoria;
- **Qualidade de vida:** assessorar sobre a importância de ter hábitos saudáveis, como participar de atividades ligadas a saúde, lazer e interação social;
- **Projeto de vida:** instrumentalizar os colaboradores na elaboração de um projeto de vida para a pós-aposentadoria, conscientizando-os de que esse pode ser o início de uma nova etapa de vida.

Ao todo, foram promovidos 12 encontros em 2015, com a participação de 532 colaboradores, o que representa um aumento expressivo, como resultado da implementação e expansão do programa, que em 2014 registrou um total de 20 participantes no plano piloto

Durante o ano também foi criada a Escola de Negócios, uma iniciativa que busca direcionar a formação de gerentes e superintendentes para uma cultura de alta *performance*, contribuindo para a troca de experiências e a consolidação de um modelo dinâmico de ensino-aprendizagem. [G4-DMA]

Mobilidade urbana

Lançado em 2014, o Projeto Mobilidade é uma iniciativa que envolve uma série de doações para facilitar os deslocamentos dos colaboradores, contribuindo para a mobilidade urbana, para o bem-estar das equipes e para a redução das emissões no meio ambiente. Em 2015, o Portal de Mobilidade entrou no ar, encerrando o ano com 1.739 acessos.

Diversidade

A MAPFRE Brasil respeita a diversidade, sem discriminação de qualquer natureza: espécie, gênero, religião, orientação sexual, característica física, nacionalidade ou nível socioeconômico.

Para organizar o seu posicionamento sobre o tema, conta com o Programa de Inclusão de Pessoas com Deficiência, que reúne pessoas com visões, origens e orientações políticas e religiosas diferentes em um mesmo ambiente, proporcionando uma visão holística da sociedade e promovendo a criatividade, a inovação e o desenvolvimento do negócio.

Ao final do ano, a empresa contava com 191 pessoas com deficiência (PCDs) em seu quadro de colaboradores, sendo 180 no GRUPO BB E MAPFRE e 11 na Brasil Assistência, o que representa um aumento de 7% em relação ao total de colaboradores com esse perfil em 2014. A captação desse público acontece por meio do Plano de Desenvolvimento Individual (PDI) e de parcerias com instituições, associações e consultorias especializadas nesse público.

Em 2015, foram promovidas ainda duas ações importantes: assinatura do Termo de Compromisso aos Princípios de Empoderamento das Mulheres da ONU e criação do Conselho de Diversidade do GRUPO BB E MAPFRE, que tem como objetivo assegurar políticas e práticas de diversidade

O **CONSELHO DA BB MAPFRE SH1** é formado por **16 integrantes** (titulares e suplentes), dos quais **três são mulheres**.

Da mesma forma, o **CONSELHO DA MAPFRE BB SH2** também é composto por **16 conselheiros** (titulares e suplentes) com dois postos vagos, portanto, **14 membros**, sendo 13 conselheiros e uma conselheira. Quanto à idade, **41% dos membros têm idades entre 30 e 50 anos e 59% acima de 50 anos**.

alinhadas à estratégia da empresa por meio **de seis pilares, que contarão com o apoio de colaboradores voluntários da iniciativa: mulheres, etnias, LGBT, gerações, PCD e voluntariado**.

Além disso, a empresa passou a integrar a Rede de Empregadores de Inclusão de Pessoas com Deficiência – Serasa Experian, para discutir questões relacionadas ao tema, propondo soluções para as dificuldades encontradas.

A companhia conta ainda com um canal dedicado ao diálogo e ao respeito em relação a temas ligados à diversidade (diversidadeeresponsabilidadesocial@bbmapfre.com.br), além de uma política corporativa sobre respeito e valorização da diversidade, que, além de nortear as diretrizes do negócio em relação ao tema, traz um glossário com termos atuais, como *bullyng*, heterofobia, homofobia, machismo etc. [G4-LA12]

Não houve registros de casos específicos de discriminação ao longo de 2015; porém foram registrados sete incidentes de assédio sexual/moral, que geraram cinco casos de demissões após a comprovação do assédio. Outros dois casos, além da advertência, geraram a transferência de colaboradores para outras áreas da empresa. [G4-HR3]

6.2. FORNECEDORES [G4-DMA]

Construir relações de transparência e confiança, consolidando o conceito de parceria com seus fornecedores. A partir desse objetivo principal, a MAPFRE Brasil desenvolve iniciativas para fortalecer o relacionamento com essas empresas, gerando benefícios para todos os envolvidos.

A empresa encerrou o ano com 4.599 fornecedores, sendo 2.605 fornecedores de serviços específicos do negócio e 1.994 fornecedores gerais. A partir de um processo de revisão e atualização do sistema de fornecedores, a companhia reduziu em 14% a sua base de prestadores, em comparação a 2014.

[G4-12]

A comunicação com esse público, que até então acontecia pelo atendimento direto da área de Suprimentos, via *e-mail* e telefone, será realizada a partir de 2016 por um canal específico e dedicado para esse relacionamento. Além disso, uma das metas da empresa é desenvolver um portal específico para o relacionamento com o fornecedor.

Durante o ano, teve continuidade o processo de capacitação de 71 inspetores de riscos para uma cultura de gestão que leva em consideração os riscos sociais, ambientais, econômicos e de governança (com abordagem sobre temas atuais, como crise financeira, mudanças climáticas, resíduos sólidos, áreas contaminadas, práticas trabalhistas), reforçando a importância desses aspectos no processo de subscrição e análise de riscos.

Gestão de fornecedores

Na MAPFRE Brasil, o processo de gestão de fornecedores abrange todos os processos administrativos e de contratação de serviços em geral. Esse trabalho é focado na manutenção de parceiros que ofereçam produtos e serviços de qualidade, sempre alinhados às diretrizes de *compliance* da empresa.

Por causa da grande infraestrutura de operações, os principais contratos com fornecedores gerais referem-se aos fornecedores de tecnologia de informação, embora a companhia mantenha contratos relacionados às linhas de investimentos em infraestruturas (nova sede e sucursais) e serviços como consultorias, *call centers* etc. [G4-12]

Todos os fornecedores são submetidos a um processo de homologação, que busca garantir requisitos mínimos necessários para o estabelecimento das parcerias, e a uma avaliação qualitativa do seu desempenho. Uma das metas para 2016 é implementar a matriz de risco na cadeia de suprimentos, a fim de mitigar riscos financeiros, de imagem e reputação provenientes dessa gestão, com foco na análise de critérios ASG, como: áreas embargadas e contaminadas, desmatamento, cumprimento da PNRS, combate ao trabalho infantil e escravo, corrupção, prevenção à lavagem de dinheiro e fraude.

Em 2015, o processo de homologação de fornecedores foi remodelado e implantado, desde então, para os novos fornecedores administrativos. Além disso, todos os fornecedores já cadastrados foram submetidos novamente ao processo de homologação. [G4-SO5, G4-HR5, G4-HR6]

Durante o ano, também foi criado um Grupo de Trabalho, composto por representantes de diversas áreas, com o objetivo de estruturar um mapa de critérios para seleção de fornecedores. A princípio, os critérios socioeconômicos são avaliados em 100% dos novos fornecedores administrativos. Para 2016, a meta é integrar essas validações ao processo regular de homologação dos fornecedores administrativos. [G4-SO9, G4-EN32, G4-HR10]

Outra mudança implantada no período foi a reestruturação da área de Suprimentos, que passou a contar com uma equipe dedicada à gestão de fornecedores. Esse time atua antes do processo de homologação, via análise crítica dos fornecedores. Como resultado, em 2015 todos os fornecedores gerais do GRUPO BB E MAPFRE foram avaliados com base em questões laborais, percentual que corresponde a 28,5% do total da base de fornecedores MAPFRE Brasil, o que representa um aumento expressivo da gestão, pois em 2014 tínhamos 5% da base avaliada a partir dessa perspectiva. Além disso, está em desenvolvimento um processo em que 100% dos novos fornecedores gerais do GRUPO serão selecionados com base em critérios relativos a práticas trabalhistas. Quanto aos prestadores de serviço relacionados às unidades de negócio, esse processo ainda está em desenvolvimento. [G4-LA14]

Compras sustentáveis

As empresas que compõem a MAPFRE Brasil possuem Políticas de Relacionamento Sustentável com Fornecedores, que estão publicadas em suas respectivas intranets, à disposição dos colaboradores.

Além disso, na comunicação com esse público, seguem as diretrizes do Manual de Compras Sustentáveis, um trabalho desenvolvido em 2014, em parceria com o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), que incorpora critérios de sustentabilidade na seleção de fornecedores, orientando os compradores sobre a necessidade de adotar uma visão sistêmica e uma comunicação transparente com seus fornecedores e clientes.

Em 2015, foram promovidas as seguintes iniciativas nesse sentido:

- desenvolvimento de um encontro sobre compras sustentáveis para colaboradores do GRUPO BB E MAPFRE;
- desenvolvimento e aplicação de questionário de compras sustentáveis para o edifício onde está localizada a nova sede do GRUPO BB E MAPFRE;
- publicação de Política de Relacionamento Sustentável com Fornecedores;
- criação de um GT de Homologação de Fornecedores e do Código de Conduta do Fornecedor, com o desenvolvimento de uma relação de critérios ASG para auxiliar na triagem do perfil dos fornecedores durante o processo de fase cadastral.



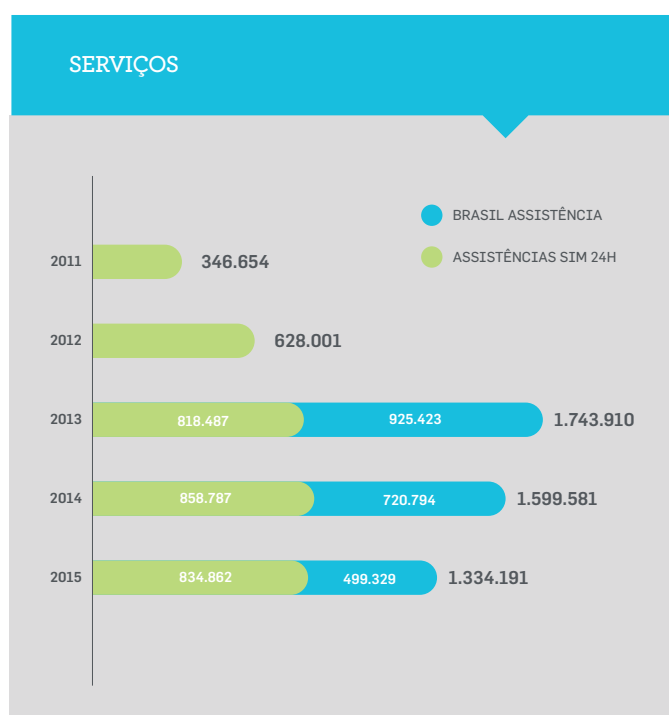
Colaboradores participam de encontro da Academia de Sustentabilidade sobre compras sustentáveis

6.3. CLIENTES E SEGURADOS

A MAPFRE Brasil procura construir relações sustentáveis com seus clientes e segurados para, dessa forma, oferecer produtos e serviços com qualidade, eficiência e custos competitivos.

Durante o ano, foram promovidas diversas iniciativas com esse objetivo:

- otimização das atividades de *call center*, com a adoção de novos processos e controles para reduzir custos operacionais e aperfeiçoar a qualidade do atendimento oferecido ao cliente;
- melhoria contínua nos seguros de automóveis, com a implementação de melhorias nos processos de vendas, incrementando as margens técnicas do produto na região, fidelizando provedores e atraindo novos clientes;
- ampliação da rede fidelizada e incremento do autosserviço nos seguros de automóveis (sinistro web e peritagem por imagem), com redução de custos operacionais e melhora na experiência de atendimento ao cliente;
- consolidação da transformação digital, ampliando a oferta de serviços digitais aos clientes e desenvolvendo esse tipo de serviço para os distribuidores, em busca de mais eficiência e fortalecimento da sustentabilidade no negócio;
- lançamento de uma nova campanha institucional na mídia, reforçando os atributos da marca e dos principais produtos e o posicionamento da empresa no setor;
- abertura de uma nova sucursal, em Feira de Santana (BA), para atendimento ao cliente;
- lançamento do novo portal para a marca BB Seguros em 2015 e para a marca MAPFRE Seguros em 2016, com novo *layout*, identidade visual e facilidades para os segurados;
- implantação, no início de 2015, do novo painel do cliente, uma ferramenta que ajuda a reduzir a quantidade de casos atendidos fora do prazo de cinco dias;



- desenvolvimento de 35 encontros exclusivos, que contaram com a participação de 1.765 pessoas (entre clientes, distribuidores, corretores, redes comerciais, colaboradores, prestadores de serviço e fornecedores), nos projetos socioculturais apoiados pela MAPFRE;
- realização de seis encontros da Academia de Sustentabilidade, em parceria com a Funenseg, sobre questões de sustentabilidade, com ênfase para os temas relacionados a gestão de recursos naturais e seguro rural, com a participação de 280 pessoas, dentre produtores rurais, representantes das redes comerciais, corretores, sindicatos e federações.

Satisfação dos clientes [G4-DMA]

Para identificar as demandas e oportunidades de melhoria no relacionamento com seus clientes e segurados, a MAPFRE Brasil promove pesquisas de satisfação de clientes, que levantam a percepção dos clientes em relação a diversos fatores.

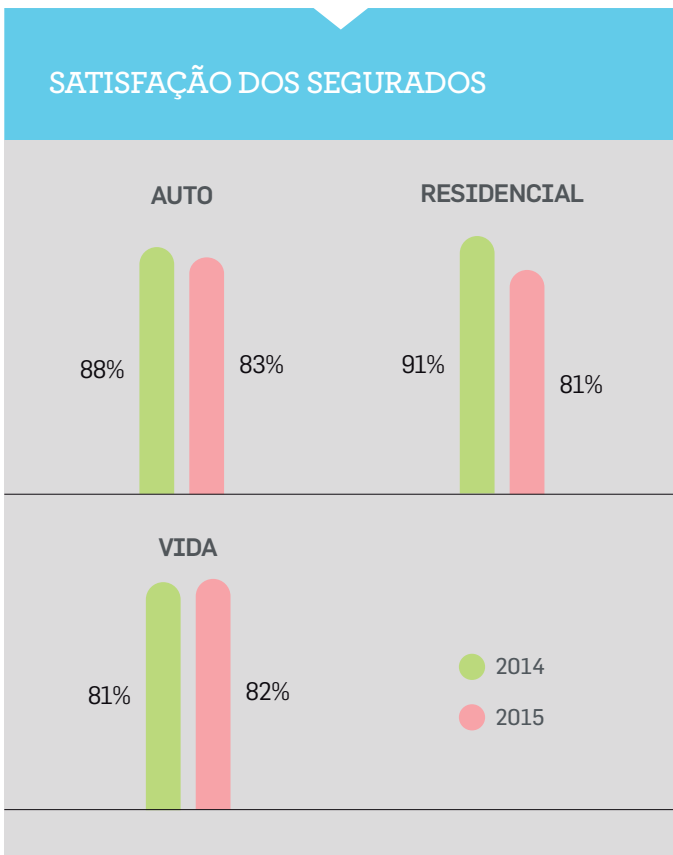
Em 2015, a meta estipulada para o indicador de satisfação dos segurados foi alcançada pelo GRUPO BB E MAPFRE, com melhora de dois pontos percentuais em relação à meta inicial estabelecida. Na média total, a satisfação dos segurados subiu seis pontos percentuais em um ano, em decorrência das melhorias percebidas na desburocratização da regulação de sinistros e na agilidade do pagamento de indenizações e da prestação de serviços de assistências.

Os destaques da pesquisa realizada com os clientes e segurados dos produtos do GRUPO BB E MAPFRE foram: [G4-PR5]

Na MAPFRE Serviços Financeiros, os índices de satisfação alcançados pelos diferentes negócios foram:

Negócio	Resultados pesquisa de satisfação
MAPFRE Investimentos	86,61
MAPFRE Previdência	85,37
MAPFRE Capitalização	89,73
MAPFRE Consórcios	66,06
MAPFRE Vida Resgatável	64,32
Brasil Assistência	83,11
Cesvi Brasil	83,75
MÉDIA GERAL MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS	83,62

A Brasil Assistência e a MAPFRE Serviços Financeiros não registraram multas por não conformidade relativa a fornecimento e uso de produtos e serviços. Já o GRUPO BB E MAPFRE recebeu uma autuação do Procon, no valor de R\$ 3.541.573,33, e, por discordar da ação, interpôs recurso, que aguarda julgamento. [G4-PR9]



Educação financeira [GRI FS7, FS14, FS16]

A MAPFRE Brasil acredita que tão importante quanto oferecer produtos e serviços financeiros é investir na promoção da cultura de proteção, disseminando informações para que as pessoas entendam a importância do seguro para reduzir o risco de vulnerabilidade, principalmente entre as camadas mais afetadas e suscetíveis a esse tipo de risco.

Em linha com esse posicionamento, foi concebido o projeto de educação financeira na comunidade do Conjunto Palmeiras, na periferia de Fortaleza (CE), que tem como objetivo a promoção de ações de educação financeira para cerca de 20 mil moradores da região.

A iniciativa envolve a comercialização do MAPFRE Decessos, um microsseguro destinado à prestação de serviço ou reembolso de gastos funerários. O produto foi desenvolvido após uma ampla pesquisa de campo com a população local para chegar a um seguro social e ambiental capaz de atender às necessidades e à realidade específica desse público. A educação financeira será materializada por meio de cursos e do suporte e instrumentalização dos agentes comunitários,

que serão responsáveis por comercializar o produto e disseminar a cultura do seguro entre a comunidade.

Para viabilizar a comercialização do seguro e promover o processo de educação financeira, foi instalado sinal de wi-fi em pontos estratégicos, como praças e centros comunitários, para uso gratuito da comunidade, que, pela primeira vez, terá acesso gratuito à internet de qualidade, e para que os agentes comunitários possam realizar a venda do seguro. Eles também receberão *smartphones*, já que a venda do seguro será feita por meio de um aplicativo próprio (Palmas e-dinheiro), projetado e gerido pelo Banco Palmas – uma organização social que desde 1998 desenvolve ações de microcrédito para a comunidade, garantindo microcrédito para a produção e o consumo local das famílias integrantes da Comunidade Palmas.

Outra ação realizada durante o ano foi a Semana Nacional de Educação Financeira, promovida em parceria com a CNseg, entre os dias 09 e 15 de março de 2015. Dentre as iniciativas desenvolvidas, destacam-se a apresentação de uma palestra ministrada aos colaboradores MAPFRE, que enfocou a segurança financeira dos colaboradores e seus familiares, ajudando-os a entender a importância do autoconhecimento e de atitudes positivas para o planejamento das finanças pessoais, diante do cenário socioeconômico do Brasil.

Além disso, para incentivar os colaboradores do GRUPO BB E MAPFRE a completar o curso *e-learning* sobre Gestão Financeira Pessoal, foi **realizada uma campanha de divulgação. Como resultado, aproximadamente 1,5 mil pessoas já concluíram esse treinamento online.**
[GRI FS7, FS14, FS16]

Produtos e serviços [G4-DMA]

Em atendimento às legislações vigentes, 100% dos produtos da MAPFRE Brasil contemplam critérios de avaliações de saúde e segurança, uma vez que todas as apólices envolvem análises de risco e avaliação de setores de acordo com a exposição ao risco. **[G4-PR1]**

Em linha com a regulamentação da Susep, todos os produtos e serviços contemplam descrições detalhadas em suas respectivas condições gerais, como descrição de uso do seguro e conteúdo, limite etc. Não foram identificados casos comprovados de não conformidade cujo objeto seja rotulagem de produtos e serviços. **[G4-PR3, G4-PR4]**

Em relação aos casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de *marketing*, foram identificados três incidentes em 2015 envolvendo o GRUPO BB E MAPFRE:

- 1) Reclamação promovida pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), em virtude de ausência de informações claras na veiculação de duas propagandas. Foi apresentada defesa com os devidos esclarecimentos. Após instrução processual, o processo foi arquivado.
- 2) Reclamação promovida pelo Conar, em razão do encaminhamento de mensagens inadequadas, via SMS, para alguns consumidores. Foi apresentada defesa refutando as alegações, informando que não existe prova da materialidade. O processo foi arquivado pelo Conselho de Ética.
- 3) Auto de Infração promovido pelo Procon-SP, em razão de alguns consumidores terem recebido em suas faturas telefônicas cobranças de seguros não contratados. A companhia apresentou defesa esclarecendo os fatos e rebatendo os argumentos. Mesmo assim, foi penalizada e apresentou recurso, que aguarda julgamento. **[G4-PR7]**

Em 2015, não foram registradas multas significativas (acima de R\$ 1.500.000,00), apenas duas sanções por infração à regulação da Susep e da ANS. **[G4-S08]**

PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS COM CRITÉRIOS SOCIAIS

	DESCRIÇÃO
SEGURO PRESTAMISTA RURAL	Para o ramo de agronegócios, foi lançado um seguro Prestamista Rural, para o canal corretor, com cobertura de morte natural, vinculado aos créditos rurais, que é vinculado aos negócios provenientes de canais alternativos, como, por exemplo, cooperativas, revendas de insumos etc.
BB SEGURO VIDA AGRICULTURA E FAMILIAR	Seguro destinado aos clientes de operações de crédito rural de programas da Agricultura Familiar, que garante a liquidação ou resgate do saldo devedor no Banco do Brasil, em caso de morte natural ou acidental do segurado. E, se houver um saldo remanescente do contrato para o valor do seguro, será pago ao cônjuge ou, na sua falta, aos herdeiros legais. Além disso, a indenização do seguro proporciona um extra de R\$ 600,00 por proposta contratada. É a maneira mais simples e mais fácil de continuar o seu trabalho no campo e garantir a tranquilidade de suas famílias.
BB MICROSSEGURO PROTEÇÃO PESSOAL	Oferece condições acessíveis, com vantagens e benefícios tais como cobertura para morte acidental, garantia de reembolso para o funeral do segurado, além de cobertura especial, como "pagar por dia de hospitalização por acidente", com o pagamento feito diretamente ao segurado.
FAM FAMÍLIA	Inclui os militares titulares, seus familiares da Fundação Exército, a maioria pessoas de classes média e baixa.
PRÓ-TRABALHO	Destinado ao segmento de convenção coletiva, com coberturas diferenciadas e exclusivas, visa atender uma população de baixo poder aquisitivo.
SEGURO AMPARO FAMILIAR	Como cobertura principal, o segurado pode escolher o auxílio-funeral no valor de R\$ 3 mil, R\$ 5 mil ou R\$ 8 mil. Essa cobertura pode ser individual ou para o titular e filhos. As duas opções de seguro oferecem os seguintes benefícios: (a) ajuda alimentar: R\$ 3.000,00, distribuída para beneficiário ou ao longo de um ano; (b) transferência do corpo: R\$ 5.000,00; ou (c) transporte da família: R\$ 5.000,00.



DESCRIÇÃO

SEGURO EDUCACIONAL

Seguro destinado à proteção do aluno enquanto estiver sob responsabilidade da escola e coberturas destinadas ao responsável financeiro do aluno.

AGROAMIGO

Um seguro popular, voltado a microempreendedores dos setores informal ou formal da economia nas áreas rurais.

PROGRAMA CONTA PROTEGIDA TELEFÔNICA

É um seguro de proteção financeira com coberturas para quitação de contas de telefone em caso de desemprego, invalidez etc.

PROGRAMA CREDIAMIGO DE MICROCRÉDITO

Destinado aos clientes do Programa Crediamigo de Microcrédito, com coberturas para morte e assistência funeral, além de quatro sorteios mensais pela loteria com a Capitalização.

VIDA PROTEGIDA E PREMIADA

Vida Protegida e Premiada combina a proteção da saúde do segurado e de sua família com sorteios mensais. Comercializado pela MAPFRE e em parceria com as Casas Bahia.

6.4. CORRETORES E PARCEIROS DE NEGÓCIO [G4-DMA]

Para a MAPFRE Brasil, os corretores e parceiros de negócio são grandes aliados na distribuição dos produtos e serviços e na disseminação da sustentabilidade em toda a cadeia de valor. A empresa encerrou o ano com uma base de 22.605 corretores ativos, 4% inferior a 2014 (21 mil corretores).

A empresa procura investir na manutenção de um relacionamento ético e transparente, que favoreça a confiança e o desenvolvimento mútuo. Nesse sentido, em 2015 foram promovidas diversas iniciativas para consolidar ainda mais esse posicionamento:

- realização de seis encontros da Academia de Sustentabilidade sobre Gestão Sustentável do Agronegócio, com a participação de 280 pessoas, para abordar questões práticas ligadas à legislação ambiental vigente e disseminar a cultura do seguro como ferramenta de gestão de riscos do agronegócio;
- disponibilidade de venda por internet aos principais corretores de seguros, por meio de ferramenta tecnológica específica;
- consolidação do sistema Conexão Comercial, com a inclusão do projeto de territorialização, que dividiu o país em 260 territórios, facilitando a atuação da área comercial e incrementando sua capacidade em 8 mil visitas anuais a distribuidores;
- implantação do Mapeamento Estratégico de Gestão de Atividades (Mega), que oferece diagnóstico e mapeamento aos distribuidores, direcionando as oportunidades a serem capturadas;
- implementação do conceito de Embaixadores da Marca, com o objetivo de fidelizar provedores e Oferta de um produto de seguros plurianual no canal bancário, que encerra o ano representando 15% das vendas desse canal.

Todos os contratos da MAPFRE Brasil com seus corretores possuem uma cláusula padrão assegurando que a cadeia de fornecedores dos mesmos esteja de acordo com a legislação brasileira, especificamente comprometendo-se com boas práticas de emprego, combate ao trabalho infantil e escravo, gestão do meio ambiente e combate a todas as formas de corrupção e fraude.

Treinamentos

Com a realização de treinamentos e cursos de aperfeiçoamento, a MAPFRE Brasil investe na capacitação e no desenvolvimento de seus corretores e parceiros de negócio. Em 2015, essas ações totalizaram 876.538 horas de treinamento.

Da força de vendas do canal bancário, 6.693 colaboradores participaram de treinamentos presenciais, totalizando 26.772 horas. Também foram registradas 148.089 participações em cursos *e-learning*, totalizando 816.945 horas de treinamento *online*. Além disso, 40 consultores comerciais foram treinados, e 15 colaboradores da Central de São Carlos participaram do projeto Especialistas, o que correspondeu a 1.315 horas de treinamento presenciais para colaboradores da rede bancária.

Para a Rede MAPFRE, foram promovidas 4.589 horas de treinamentos *online* e 26.917 horas de cursos presenciais.

[G4-LA9]

Campanhas de incentivo

Em 2015, foi promovida a última edição do Programa MAPFRE DNA, maior campanha de vendas da empresa, que levou centenas de corretores para Nova Iorque, nos Estados Unidos. Com início em outubro de 2014, vigência de 12 meses e a participação de mais de 7 mil corretores inscritos, o programa contabilizou a *performance* de vendas em seguros pelo Brasil, registrando faturamento de R\$ 4,8 bilhões.

Considerada uma das mais tradicionais campanhas do mercado segurador, em seus 20 anos de existência, o MAPFRE DNA já levou mais de 3 mil corretores e colaboradores comerciais para Grécia, Portugal, Argentina, EUA (Orlando e Las Vegas) e, no Brasil, para a Costa do Saúipe, no litoral baiano.

Para o canal bancário, foi promovida uma campanha de vendas com o objetivo de reconhecer e premiar quem mais se destaca no cumprimento das metas estipuladas para comercialização de seguros. Os prêmios variam de acordo com os resultados obtidos. Em 2015, como premiação aos resultados parciais, foram premiadas 200 pessoas com uma viagem a Gramado, no período de 18 a 22 de novembro.

6.5. COMUNIDADE E SOCIEDADE [G4-DMA]

O relacionamento da MAPFRE Brasil com a sociedade é materializado pela gestão de projetos socioculturais, por meio dos quais a empresa demonstra com transparência a utilização dos recursos, devolvendo e gerando valor efetivo para a sociedade.

Os projetos socioculturais são considerados um poderoso instrumento de educação e comunicação. Por isso, ao investir no desenvolvimento dessas iniciativas, a empresa contribui para a criação de uma nova percepção por parte da sociedade e dos clientes. Essa estratégia de patrocínio sociocultural é viabilizada por meio de diferentes leis de incentivo fiscal:

- Lei de Incentivo à Cultura (Rouanet);
- Lei de Incentivo ao Esporte;
- Fundo Nacional do Idoso;

- Fundo para a Infância e Adolescência;
- Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica (Pronon);
- Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência (Pronas).

A escolha dos projetos prioriza ações recorrentes que possibilitem uma contribuição educativa para a sociedade e estejam alinhadas à missão e aos valores da empresa, bem como aos princípios dos quais a empresa é signatária: Pacto Global, Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e Princípios para Sustentabilidade em Seguros (PSI).

Em 2015, foram apoiados 53 projetos socioculturais, desenvolvidos por 48 instituições em todo o Brasil, que beneficiaram quase 3,5 milhões de pessoas a partir de diferentes leis de incentivo fiscal. [G4-EC8]



	QUANTIDADE DE PROJETOS		NÚMERO DE PESSOAS BENEFICIADAS	
	2014	2015	2014	2015
Lei de Incentivo à Cultura (Rouanet)	13	14	3.407.871	3.160.219
Lei de Incentivo ao Esporte	8	7	78.152	30.891
Fumcad	9	9	40.963	52.268
Fundo Nacional do Idoso	3	2	50.160	192.160
Pronas	3	7	620	20.559
Pronon	5	4	30.120	3.131
Projetos sem incentivo fiscal	11	10	235.405	93.873
TOTAL	52	53	3.843.291	3.553.101



Com o patrocínio do GRUPO BB E MAPFRE, a exposição Picasso e a Modernidade Espanhola atraiu mais de 800 mil visitantes

Entre as exposições culturais patrocinadas em 2015, destacam-se as apresentadas a seguir.

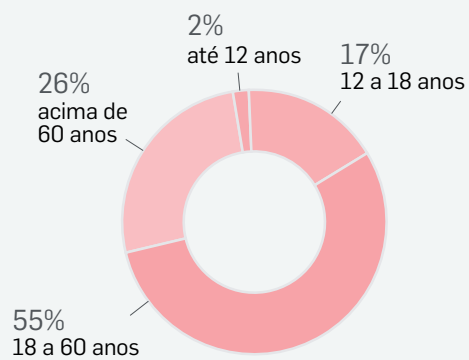
– **Picasso e a Modernidade Espanhola** – Composta por mais de 90 obras do acervo do Museu Nacional Centro de Arte Reina Sofía, a mostra reuniu um público superior a 800 mil visitantes, em São Paulo e no Rio de Janeiro, o que fez com que a exposição fosse incluída no *ranking* das exposições mais visitadas do mundo em 2015, de acordo com o *site* internacional *The Art Newspaper*. Durante o período da exposição, foram realizadas visitas guiadas com colaboradores e outros públicos de relacionamento do GRUPO, como corretores, clientes e instituições parceiras (Fundação Gol de Letra e Associação Reciclázaro).

– **ComCiência** – Primeira mostra individual da escultora australiana Patricia Piccinini no Brasil, apresenta suas esculturas quase humanas e criaturas bizarras feitas de silicone e fibra de vidro. A exposição foi sucesso de crítica e público em São Paulo, sendo uma das mais visitadas da história do Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB/SP).

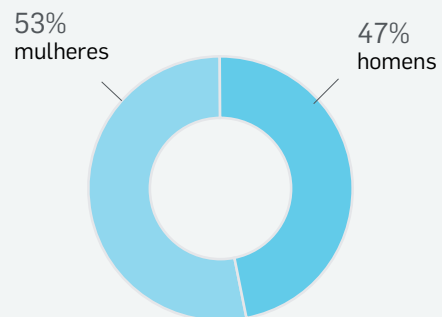
– **Iberê Camargo: um trágico nos trópicos** – Premiada pela Associação Paulista de Críticos de Arte (APCA) na categoria Artes Visuais, a mostra apresenta uma retrospectiva da produção artística do pintor gaúcho entre as décadas de 1940 e 1990, reunindo 134 obras, entre pinturas, desenhos, gravuras e matrizes.

INDICADORES DE IMPACTO [G4-EC8]

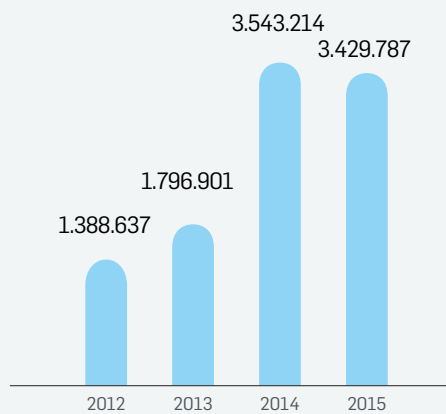
BENEFICIADOS POR FAIXA ETÁRIA



BENEFICIADOS POR GÊNERO



BENEFICIADOS - LEIS DE INCENTIVO



PROJETOS POR FOCO DE ATUAÇÃO



Eventos de sustentabilidade

Para fortalecer o relacionamento com diferentes públicos, a MAPFRE Brasil também apoiou eventos capazes de motivar um debate de alto nível sobre as novas demandas e necessidades da sociedade, bem como sobre os desafios, as oportunidades e as melhores práticas de sustentabilidade no mundo dos negócios, que beneficiaram, ao todo, mais de 3 mil pessoas.

O principal deles foi o Exame Fórum de Sustentabilidade – Cidades: por uma vida sustentável, organizado pela revista *Exame*. Sob o tema central “Uma saída verde para a crise”, o debate apresentou exemplos bem-sucedidos de negócios sustentáveis no Brasil e como a atividade empresarial pode conciliar as demandas de lucro e preservação ambiental.

A empresa patrocinou ainda outros eventos que promoveram o debate sobre temas materiais e que afetam o setor de seguros:

- **LAB60+** – focado nas questões envolvendo o público idoso e o aumento da expectativa de vida do brasileiro;
- **EmTech Brasil** – conferência de tecnologias do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) sobre redes elétricas inteligentes, carros híbridos, água e tecnologia etc.;
- **USP** – encontros sobre a gestão de recursos hídricos e a energia sustentável no agronegócio;
- **2º Encontro do Ciclo de CEOs**, que reuniu um grupo de 14 presidentes de grandes empresas nacionais e internacionais para a construção de uma agenda sustentável para o Brasil. Realizado na sede do GRUPO BB E MAPFRE, o evento foi promovido em parceria com o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS). No encontro, foram aprofundados temas prioritários para a agenda global de sustentabilidade (Consumo Inteligente de Água e Energia, Mobilidade e Geração de Energia Limpa), que serão apresentados como propostas positivas ao governo federal brasileiro.



Realizado na sede do GRUPO BB E MAPFRE, 2º Encontro do Ciclo de CEOs reuniu presidentes de empresas nacionais e internacionais

Voluntariado

O ano de 2015 foi muito positivo para o Programa Voluntários, que é coordenado pela Fundación MAPFRE, em parceria com as áreas de Recursos Humanos. A expansão do programa para todas as empresas da MAPFRE Brasil e a participação das sucursais nas ações promovidas garantiram números expressivos.

Ao todo, foram realizadas 131 ações de voluntariado, que contaram com o engajamento de 998 voluntários e mais de 36 mil participações, beneficiando 15.515 pessoas entre crianças, jovens e idosos. O programa encerrou o ano com a marca de 245 mil doações diversas arrecadadas.

Além de auxiliar pessoas, um dos grandes valores disseminados pelo programa durante o ano foi a sua contribuição para o desenvolvimento dos voluntários, que doaram o que realmente é relevante: conhecimento, atenção, carinho, tempo etc.

Entre as ações promovidas, destacam-se:

- realização de palestra, ministrada por um colaborador voluntário, sobre "Mercado de Trabalho" para 25 jovens do curso de Qualificação Profissional da Liga Solidária;
- realização de palestra, ministrada por um colaborador voluntário, sobre "Educação Financeira" para 21 colaboradores do Centro de Promoção Social Bororé;
- participação de cinco colaboradores das sucursais MAPFRE no Rio de Janeiro como voluntários do "Festival FutbolNet", um evento com atividades lúdicas e esportivas que contou com a participação de 600 crianças do Complexo da Maré, no Rio de Janeiro, que integram o programa FutbolNet, promovido pela *Fundació Barcelona* com o apoio da Fundación MAPFRE;
- participação de voluntários da sucursal João Pessoa na ação para o Concurso de Contos, cadastrando os contos elaborados pelas crianças da entidade Aldeias Infantis S.O.S – Paraíba.;
- participação de seis colaboradores que se destacaram como voluntários no ano, para conhecer e realizar uma ação voluntária na Escola Jatobazinho, que pertence ao Instituto Acaia Pantanal.



6.6. MEIO AMBIENTE [G4-DMA]

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

Entre os processos, programas e iniciativas promovidos em 2015 com enfoque ambiental, destacam-se:

- manutenção da certificação ambiental NBR ISO 14.001 na sede administrativa do GRUPO BB E MAPFRE, em São Paulo;
- estruturação da nova sede administrativa do GRUPO BB E MAPFRE, a partir de 2016, com a certificação internacional ambiental Leed, que atesta critérios para a redução da poluição e das emissões;
- ampliação das práticas de ecoeficiência nas unidades P.A.R.E.;



legenda legenda legenda

- inauguração das primeiras Estações de Reparo e Bicletários em dois parques de São Paulo (Villa-Lobos e Candido Portinari), reforçando a mobilidade urbana como um importante desafio da atualidade;

- realização de quatro campanhas de engajamento ligadas ao meio ambiente: Hora do Planeta, Dia Mundial da Água, Semana do Meio Ambiente e Dia Mundial sem Carro, que, juntas, engajaram mais de 1,3 milhão de pessoas;

- realização do projeto Água Finita, que dissemina informações sobre o uso consciente da água em diferentes localidades, com a implementação de um piloto de reaproveitamento da água do ar-condicionado e da água de chuva no site de Franca do GRUPO BB E MAPFRE, reduzindo o consumo de água potável em até 6 mil litros/mês;

- projeto Recicla BB E MAPFRE teve continuidade em 2015, com arrecadação de 493 kg de pilhas e baterias;

- implantação do processo de logística reversa, em compliance com as diretrizes da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e demais legislações vigentes, para mitigação dos riscos envolvidos na gestão de salvados, reduzindo o impacto ambiental das operações para Garantia Estendida/Troca Certa. Como resultado, 17,5 toneladas de eletroeletrônicos foram destinadas de forma ambientalmente correta durante o ano;

- recolhimento e destinação para reciclagem de 2,4 toneladas de papel das sedes da MAPFRE Brasil. [G4-EN27]

INVESTIMENTOS AMBIENTAIS REALIZADOS EM 2015 [G4-EN31]

PROJETOS	Valor em reais (R\$)
Gestão ambiental (foco em resíduos e ecoeficiência)	R\$ 222.950,70
Auditoria e certificação	R\$ 231.386,98
Projetos para a sociedade	R\$ 175.672,15
TOTAL DE INVESTIMENTOS AMBIENTAIS	R\$ 630.009,83

Pátio de salvados [G4-DMA]

Nesses locais, são recebidos os veículos que saem de circulação após acidentes, sendo que os resíduos são direcionados para reciclagem e reaproveitados na produção de eletrodomésticos, postes e materiais de construção.

Com a inauguração, em 2015, de um novo Pátio de Salvados, na cidade de Caçapava (SP), com 75 mil metros quadrados de área útil, o GRUPO BB E MAPFRE encerrou 2015 com duas unidades, todas localizadas no estado de São Paulo.

No caso de veículos sinistrados, há parcerias com empresas que fazem a destinação das carcaças de forma ambientalmente correta. Já as sucatas são comercializadas somente com empresas devidamente cadastradas no Departamento Nacional de Trânsito (Detran).

Os resíduos reciclados serão reaproveitados na produção de eletrodomésticos, mesas, postes, materiais de construção etc. Em 2015, foram reciclados 365.926 kg de materiais, o que representa aumento de 346% em relação a 2014 (82.090 kg).

[G4-EN23]

MATERIAL RECICLADO	Quantidade (em kg)
Aço	310.351
Plástico	30.005
Alumínio	2.202
Borracha	3.157
Papel/Papelão	1.329
Vidro	12.538
Madeira	30
Bateria	267
Outros	6.047
TOTAL	365.926

Em julho de 2015, a Secretaria do Meio Ambiente enviou uma notificação indicando a existência de peças de chapeação de veículo com o lacre MAPFRE em um terreno baldio público. Das 300 peças descartadas no local, foram identificadas três peças com o lacre da empresa, que não é utilizado há dois anos. Para a mitigação do impacto ambiental e partindo do princípio da corresponsabilidade, o local foi totalmente limpo, cerca de 200 quilos de material foram destinados para reciclagem e para os prestadores de serviços da localidade, e o órgão responsável realizou nova vistoria na região.

[G4-EN34]

Produtos e serviços

A MAPFRE Brasil conta com um portfólio de produtos e serviços que demonstram compromisso com os aspectos ambientais e sociais e que são capazes de gerar valor ambiental e incentivar a adoção de práticas sustentáveis.

No segmento de Grandes Riscos, possui o RC Danos Ambientais, que procura minimizar os danos relativos à contaminação por vazamento ou acidentes com substâncias perigosas ou contaminantes.

Em Massificados, oferece as coberturas sustentáveis no seguro residencial, com serviços focados na preservação do meio ambiente, como o Descarte Inteligente, para móveis e equipamentos, e a Consultoria Ambiental.

A preocupação ambiental e o cuidado com o meio ambiente também estão presentes no portfólio de produtos destinados ao segmento agrícola, que reforçam o compromisso da empresa com o meio ambiente e a sociedade ao incorporar questões que auxiliem na mitigação de riscos sociais e ambientais, como coberturas para incêndios e para fenômenos naturais, como geada, granizo e seca, entre outros. Um 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.

PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS COM CRITÉRIOS AMBIENTAIS

	DESCRIÇÃO
RESPONSABILIDADE CIVIL (RC) AMBIENTAL	Esse seguro é contratado a risco absoluto, ou seja, a seguradora garante o pagamento dos danos e prejuízos até o valor do limite máximo de indenização indicado na apólice. É composto da cobertura básica, de contratação obrigatória, e da cobertura adicional, de contratação opcional.
REMOÇÃO DE DESTROÇOS	Possui cobertura gratuita para remoção de destroços (casco), sendo 5% da IS da cobertura básica (limitado a R\$30.000,00).
RISCO DE PETRÓLEO	Cobre riscos relacionados, direta ou indiretamente, com as atividades de prospecção, perfuração e/ou produção de petróleo ou gás.
SEGURO FLORESTA	Destinado a produtores rurais, proprietários de terras de reflorestamento, indústrias de papel e celulose, cooperativas e associações do ramo. Protege plantações de eucalipto, pinus, seringueiras e outras espécies com finalidades comerciais.
SEGURO FLORESTA ABC	Destinado a produtores rurais, proprietários de terras de reflorestamento, indústrias de papel e celulose, cooperativas e associações do ramo. Protege plantações de eucalipto, pinus, seringueiras e outras espécies com finalidades comerciais. Com diferenciação na linha de crédito do Banco do Brasil.
DESCARTE INTELIGENTE E ORIENTAÇÃO AMBIENTAL	Serviço oferecido pelo Seguro Residencial, que fornece dicas de como evitar o desperdício de água e energia elétrica, bem como a reciclagem correta do lixo.. Os segurados que entrarem em contato para solicitar a substituição por defeito de um produto segurado com garantia terão a tranquilidade de saber que a eliminação do equipamento defeituoso será feita de forma ambientalmente correta.

Energia [G4-DMA]

O consumo de energia elétrica é um indicador importante para o Sistema de Gestão Ambiental, certificado pela NBR ISO 14001, que realiza o monitoramento de consumo mensal das sedes, e apresenta os resultados, junto de outras informações ambientais, ao Comitê de Segurança e Meio Ambiente, que se reúne a cada dois meses.

Em 2015, o consumo total de energia elétrica da MAPFRE Brasil, cujo monitoramento passou a ser realizado também na Brasil Assistência e nas 124 sucursais distribuídas por todo o território brasileiro, foi de 32.701 GJ. [G4-EN3]

Durante o ano, também foram realizadas campanhas de conscientização para a redução do consumo de recursos naturais. A MAPFRE Brasil participou, como medida em prol da redução de consumo de energia elétrica e apoio à causa, da Hora do Planeta, iniciativa promovida pela WWF *International*. Além de convite enviado para que os colaboradores também participassem, as luzes da sede Berrini foram apagadas no dia 28 de março durante uma hora.

Em 2014, o consumo total de energia elétrica monitorado pela MAPFRE Brasil foi de 15.217,96 GJ. A variação expressiva registrada em 2015 é decorrente da gestão do consumo energético das 124 sucursais, iniciada nesse ano, que representa 64% do total consumido pela companhia.

Consumo de energia elétrica (GJ)	2015
MSF	1.671
Brasil Assistência	1.205
GRUPO – sedes ¹	8.789
GRUPO – sucursais ²	21.035
TOTAL MAPFRE BRASIL	32.701

¹ Ibirapuera, Berrini e Cenesp.

² 124 sucursais.

Além da compra de energia elétrica de concessionárias, a MAPFRE Brasil utilizou 136.709 litros (4.855 GJ) de diesel nos geradores das sedes, consumo 10,3% superior em relação a 2014 (123.964 litros), e monitorou o uso de 1.372.640 litros de gasolina (44.226 GJ) no deslocamento de sua frota comercial própria, o que representa 74% do total consumido em 2014 (1.849.421 litros).

Emissões [G4-DMA]

A MAPFRE Brasil manteve, em 2015, o estímulo ao uso consciente de recursos naturais (consumo de energia, geração de resíduos etc.). Além disso, participou pelo terceiro ano do Programa Brasileiro GHG *Protocol* com a gestão de monitoramento de gás de efeito estufa (GEE) por meio da publicação de seu inventário de emissões na categoria Ouro (checado por terceira parte).

A concentração mais expressiva de emissões da empresa está alocada no Escopo 3 (88% do total do inventário), que abrange a mensuração das emissões ao longo da cadeia de valor da MAPFRE Brasil. Atualmente, a companhia realiza a mediação de parte desse processo e tem como desafio ampliá-la.

Em 2014, foi realizada uma pesquisa de mobilidade dos colaboradores em decorrência da migração do GRUPO BB E MAPFRE para a sua nova sede, no início de 2016. A pesquisa para monitorar o deslocamento de todos os envolvidos nesse processo de mudança contou com o monitoramento das emissões durante o deslocamento casa-trabalho dos colaboradores e com uma série de atividades para incentivar o uso de transporte coletivo.

EMISSIONES GRUPO BB E MAPFRE (tCO₂e) [G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17]

	2014	2015
Escopo 1 ¹	2.974,76	2.578,93
Escopo 2 ²	549,45	1.030,96
Escopo 3 ³	50.215,69	26.517,23
TOTAL EMISSIONES GRUPO	53.739,90	30.127,12

¹ Uso de gerador e combustível para frota própria. A redução de 17% se deve às emissões fugitivas provenientes da troca de ar-condicionado ocorridas apenas em 2014.

² Compra de energia de concessionária. O aumento de 88% no Escopo 2 se refere à inclusão do consumo das 124 sucursais a partir do inventário de 2015.

³ Viagens aéreas, deslocamentos de táxi, motoboys e guinchos, geração de resíduos. Apenas em 2014 foi computado o deslocamento de funcionários entre casa e trabalho.

7



Informações complementares



7.1. INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

MAPFRE Brasil

Wilson Toneto – Presidente

COMITÊ DE DIREÇÃO REGIONAL

Wilson Toneto

Almir Fernandes da Costa

Carlos Alberto Landim

Marcos Eduardo dos Santos Ferreira

Mauricio Galian

Miguel Gomez Bermudez

COMITÊS DE APOIO

COMITÊ DE ADMINISTRAÇÃO, FINANÇAS E MEIOS

Carlos Alberto Landim

Ana Paula Schimeiske

Cynthia Betti Rodrigues Qualharello

Edna Aparecida Magalhaes Gregorio

Maria de Fátima Mendes de Lima

Miguel Gomez Bermudez

Sidney Rodrigues

COMITÊS DE NEGÓCIOS E CLIENTES

Marcos Eduardo dos Santos Ferreira

Almir Fernandes da Costa

Ana Paula Schmeiske

Dirceu Tiegs

Eduardo Soares de Freitas

Renato Fernandes

COMITÊ DE TECNOLOGIA, OPERAÇÕES E PÓS-VENDA

Mauricio Galian

Adalberto dos Santos Gregorio

Eduardo Sena

José Luiz Gomes Vieira

COMITÊ DE ESTRATÉGIA FINANCEIRA

Wilson Toneto

Carlos Eduardo Eichhorn

Dirceu Tiegs

Elíseo João Viciania

Renato Fernandes

Ricardo S. Mariano

Roberto Carlos Lago

BRASIL ASSISTÊNCIA

DIRETORIA EXECUTIVA

Almir Fernandes da Costa

Eduardo Sena

COMITÊ EXECUTIVO

Wilson Toneto

Almir Fernandes da Costa

Eduardo Sena

Miguel Gomez Bermudez

MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS

COMITÊ EXECUTIVO

Wilson Toneto
Almir Fernandes Costa
Eliseo João Viciano
Eduardo Soares de Freitas
Renato Fernandes

DIRETORIA EXECUTIVA

Wilson Toneto
Almir Fernandes da Costa
Eduardo Soares de Freitas
Eliseo João Viciano
Miguel Gomez Bermudez
Renato Fernandes

COMITÊ DE AUDITORIA MSF

Eduardo Soares de Freitas (somente para MAPFRE DTVM)
Edvaldo Massao Murakami
Eliseo João Viciano (somente para MAPFRE DTVM)
Robson Soares
Wilson Alves Feitosa
Wilson Toneto (somente para MAPFRE DTVM)

GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO SH1 – membros titulares

Wilson Toneto
Andrés Jiménez Herradón
Maria Leticia de Freitas Costa
Marcos Eduardo dos Santos Ferreira
Osmar Fernandes Dias
Roberto Mangabeira Unger
Marcelo Augusto Dutra Labuto
Edson Antonio Edinho da Silva

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO SH1 – membros suplentes

Ademar Leal da Silva
Adriana Miranda Morais
Adriana Queiroz de Carvalho
Alexandre Corrêa Abreu
Fernando Enrique Vidal Sosa Dias
Marcelo Pinheiro Franco
Rafael Casas Gutiérrez
Ricardo Antonio de Oliveira

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO SH2 – membros titulares

Wilson Toneto
Osmar Fernandes Dias
Andrés Jiménez Herradón
Edson Antonio Edinho da Silva
Maria Leticia de Freitas Costa
Marcelo Augusto Dutra Labuto
Marcos Eduardo dos Santos Ferreira
Roberto Mangabeira Unger

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO SH2 – membros suplentes

Ademar Leal da Silva
Dan Antônio Marinho Conrado
Fernando Enrique Vidal Sosa Dias
Luiz Claudio Ligabue
Rafael Casas Gutiérrez

CONSELHO FISCAL SH1

Tarcísio Hubner
Bento Aparício Zanzini
Carlos Eduardo Gabas
Mauro César Batista

CONSELHO FISCAL SH2

Bento Aparício Zanzini
Carlos Eduardo Gabas
Mauro César Batista
Tarcísio Hubner

COMITÊ DE AUDITORIA SH1 E SH2

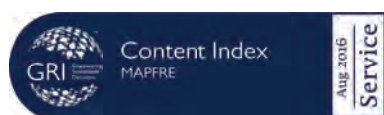
Ilenor Elemar Zingler
José Danúbio Roza
Wilson Alves Feitosa

DIRETORIA EXECUTIVA

Roberto Barroso – Diretor-presidente BB MAPFRE SH1
Marcos Eduardo dos Santos Ferreira – Diretor-presidente MAPFRE BB SH2
André Renato Viard Fortino – DG Grandes Riscos
Benedito Luiz Alves Dias – DG Rede BB
Carlos Alberto Landim – DG RH, Planejamento e Controladoria
Dirceu Tiegs – DG Rede MAPFRE e Canais
Gilberto Lourenço da Aparecida – DG Administração, Finanças e *Marketing*
Jabis de Mendonça Alexandre – DG Automóveis e Massificados
Luiz Gustavo Braz Lage – DG Riscos, Controles Internos e Legal
Mauricio Galian – DG TI, Operações e Pós-Venda
Wady José Mourão Cury – DG Habitacional e Rural

7.2. SUMÁRIO DE CONTEÚDO DA GRI G4

[G4-32]



CONTEÚDOS PADRÕES GERAIS	PÁGINA/RESPOSTA	OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
Estratégia e análise		
G4-1	4-6	
G4-2	39	
Perfil organizacional		
G4-3	10	
G4-4	10	
G4-5	10	
G4-6	10	
G4-7	10	
G4-8	10	
G4-9	10, 12	
G4-10 UNGC	64-66	8
G4-11 UNGC	Os colaboradores celetistas (registrados de acordo com a Consolidação das Leis do Trabalho – CLT) estão cobertos pelas convenções coletivas de suas respectivas categorias, sendo a maioria regida pelo Sindicato dos Securitários e pelo Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações no Estado de São Paulo (Sintetel).	
G4-12	71	
G4-13	10	
G4-14	35	
G4-15	28	
G4-16	29	

CONTEÚDOS PADRÕES GERAIS	PÁGINA/RESPOSTA	OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
Aspectos materiais identificados e limites		
G4-17	10	
G4-18	21	
G4-19	21	
G4-20	21	
G4-21	21	
G4-22	Não foram promovidas alterações ou reformulações significativas em relação a anos anteriores	
G4-23	19	
Engajamento de <i>stakeholders</i>		
G4-24	61	
G4-25	61	
G4-26	21, 62, 63	
G4-27	21	
Perfil do relatório		
G4-28		
G4-29		
G4-30		
G4-31	19	
G4-32		
G4-33		
Governança		
G4-34	14	
Ética e integridade		
G4-56	12, 14	16

CATEGORIA ECONÔMICA					
ASPECTOS MATERIAIS	INFORMAÇÕES SOBRE A FORMA DE GESTÃO E INDICADORES	PÁGINA/RESPOSTA	OMISSÕES	OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	
Desempenho econômico UNGC	G4-DMA	39	—		
	G4-EC1	40, 44, 54, 59	—	2, 5, 7, 8, 9	
	G4-EC2	48	—	13	
Impactos econômicos indiretos	G4-DMA	79-81	—		
	G4-EC8		—	1, 2, 3, 8, 10, 17	

CATEGORIA AMBIENTAL UNGC				
ASPECTOS MATERIAIS	INFORMAÇÕES SOBRE A FORMA DE GESTÃO E INDICADORES	PÁGINA/RESPOSTA	OMISSÕES	OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
Energia	G4-DMA	87	—	
	G4-EN3		—	7, 8, 12, 13
Água	G4-DMA	O consumo total de água da MAPFRE Brasil, em 2015, foi de 48.499 m ³ .	—	
	G4-EN8		—	6
Emissões	G4-DMA	87	—	
	G4-EN15		—	3, 12, 13, 14, 15
	G4-EN16		—	3, 12, 13, 14, 15
	G4-EN17		—	3, 12, 13, 14, 15
Efluentes e resíduos	G4-DMA	85 Em 2015, a sede do GRUPO gerou 81,7 ton de resíduos orgânicos (91 ton em 2014) e enviou 67,8 ton de resíduos para a reciclagem (75 ton em 2014). Foram destinados de forma ambientalmente correta 9,7 ton de resíduos perigosos, dentre eletrônicos, pilhas e baterias, cartuchos e tonners, lâmpadas fluorescentes, resíduos de ambulatório e materiais contaminados com óleo de manutenção. O aumento de geração destas categorias (2,1 ton em 2014) deveu-se ao esforço de destinação de resíduos eletrônicos.	—	3, 6, 12
	G4-EN23			
Produtos e serviços	G4-DMA	84	—	
	G4-EN27		—	6, 8, 12, 13, 14, 15
Geral	G4-DMA	84	—	
	G4-EN31		—	7, 9, 12, 13, 14, 15, 17
Avaliação ambiental dos fornecedores	G4-DMA	71	—	
	G4-EN32		—	
Mecanismos de queixas e reclamações relativas a impactos ambientais	G4-DMA	85	—	
	G4-EN34		—	16

CATEGORIA SOCIAL > PRÁTICAS TRABALHISTAS E TRABALHO DECENTE UNGC

ASPECTOS MATERIAIS	INFORMAÇÕES SOBRE A FORMA DE GESTÃO E INDICADORES	PÁGINA/RESPOSTA	OMISSÕES	OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
Emprego	G4-DMA	64	—	
	G4-LA1	67, 68	—	5, 8
	G4-LA3	66, 67	—	5, 8
Saúde e segurança no trabalho	G4-DMA	68	—	
	G4-LA6		—	3, 8
Treinamento e educação	G4-DMA	69, 78	—	
	G4-LA9	69, 78	—	4, 5, 8
	G4-LA10	69	—	8
Diversidade e igualdade de oportunidades	G4-DMA	70	—	
	G4-LA12	64, 70	—	5, 8
Avaliação de fornecedores em práticas trabalhistas	G4-DMA	71	—	
	G4-LA14		—	5, 8, 16

CATEGORIA SOCIAL > DIREITOS HUMANOS

ASPECTOS MATERIAIS	INFORMAÇÕES SOBRE A FORMA DE GESTÃO E INDICADORES	PÁGINA/RESPOSTA	OMISSÕES	OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
Não discriminação	G4-DMA	70	—	5, 8, 16
	G4-HR3		—	
Trabalho infantil UNGC	G4-DMA	71	—	8, 16
	G4-HR5		—	
Trabalho forçado ou análogo ao trabalho escravo UNGC	G4-DMA	71	—	8
	G4-HR6		—	
Avaliação dos fornecedores em direitos humanos	G4-DMA	71	—	
	G4-HR10		—	
Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a direitos humanos	G4-DMA	14	—	16
	G4-HR12		—	

CATEGORIA SOCIAL > SOCIEDADE

ASPECTOS MATERIAIS	INFORMAÇÕES SOBRE A FORMA DE GESTÃO E INDICADORES	PÁGINA/RESPOSTA	OMISSÕES	OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
Combate à corrupção UNGC	G4-DMA			
	G4-S03	36	—	16
	G4-S04			16
	G4-S05	36, 71	—	16
Políticas públicas	G4-DMA	A MAPFRE Brasil tem como diretriz interna não contribuir financeiramente com nenhum partido político.	—	
	G4-S06	Além disso, a partir de 2015, o STF julgou inconstitucional a doação de empresas privadas para partidos políticos.	—	16
Conformidade	G4-DMA		—	
	G4-S08	75	—	16
Avaliação de fornecedores em impactos na sociedade	G4-DMA		—	
	G4-S09	71	—	
Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a impactos na sociedade	G4-DMA		—	
	G4-S011	14	—	16

CATEGORIA SOCIAL > RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO

ASPECTOS MATERIAIS	INFORMAÇÕES SOBRE A FORMA DE GESTÃO E INDICADORES	PÁGINA/RESPOSTA	OMISSÕES	OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
Saúde e segurança do cliente	G4-DMA	75	—	
	G4-PR1		—	
Rotulagem de produtos e serviços	G4-DMA	74, 75, 80	—	
	G4-PR3	75 100% dos produtos e serviços trazem especificações de rotulagem, uma vez que a descrição das condições gerais e características dos produtos passa por aprovação da Susep.	—	12
	G4-PR4	75 Não há casos de não conformidade cujo objeto seja rotulagem de produtos e serviços.	—	16
	G4-PR5	74		
Comunicações de marketing	G4-DMA	75	—	
	G4-PR7		—	16
Privacidade do cliente	G4-DMA	Não há queixas registradas pela Ouvidoria, nem ações judiciais ou administrativas em relação a violação de privacidade e perda de dados.	—	
	G4-PR8		—	16
Conformidade	G4-DMA	74	—	
	G4-PR9		—	16

CATEGORIA SETORIAL > SUPLEMENTO SETORIAL FINANCEIRO

ASPECTOS MATERIAIS	INFORMAÇÕES SOBRE A FORMA DE GESTÃO E INDICADORES	PÁGINA/RESPOSTA	OMISSÕES	OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
Carteira de produtos	G4-DMA FS1	14	—	
	G4-DMA FS3	31	—	
	G4-FS7	30, 74	—	
	G4-FS8	30	—	
Comunidade local	G4-DMA	74	—	
	G4-FS14	74, 75	—	
Rotulagem de produtos e serviços	G4-DMA	74, 75	—	
	G4-FS16		—	

7.3 CRÉDITOS

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

BRASIL ASSISTÊNCIA

- Presidência
- Vice Presidência

GRUPO BANCO DO BRASIL E MAPFRE

- DG Grandes Riscos
- DG Rede BB
- DG Seguro de Pessoas
- DG RH, Planejamento e Controladoria
- DG Rede MAPFRE e Canais
- DG Administração, Finanças e *Marketing*
- DG Automóveis e Massificados
- DG Riscos, Controles Internos e Legal
- DG TI, Operações e Pós-Venda
- DG Habitacional e Rural

MAPFRE SERVIÇOS FINANCEIROS

- Diretoria MAPFRE Previdência, Vida Resgatável e Saúde
- Diretoria MAPFRE Investimentos
- Diretoria MAPFRE Consórcios e Capitalização
- Diretoria Jurídica e Controle de Coligadas
- Superintendência Administrativa Financeira
- Superintendência de Controladoria
- Cesvi Brasil
- Coordenação de *Marketing* e Comunicação
- Gerência de Recursos Humanos

DIREÇÃO GERAL E COORDENAÇÃO DE CONTEÚDO GRI

Diretoria de Sustentabilidade

SUPERVISÃO EDITORIAL E REDAÇÃO

Gatopardo Comunicação – Silvia Martinelli

ADAPTAÇÃO DE LAYOUT E DIAGRAMAÇÃO

Set Design

REVISÃO

Assertiva Mindfulness Editora e Treinamentos



RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE
2015