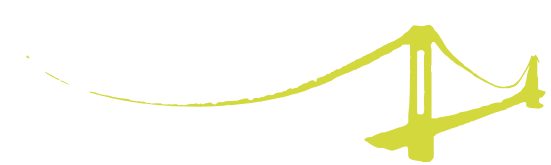
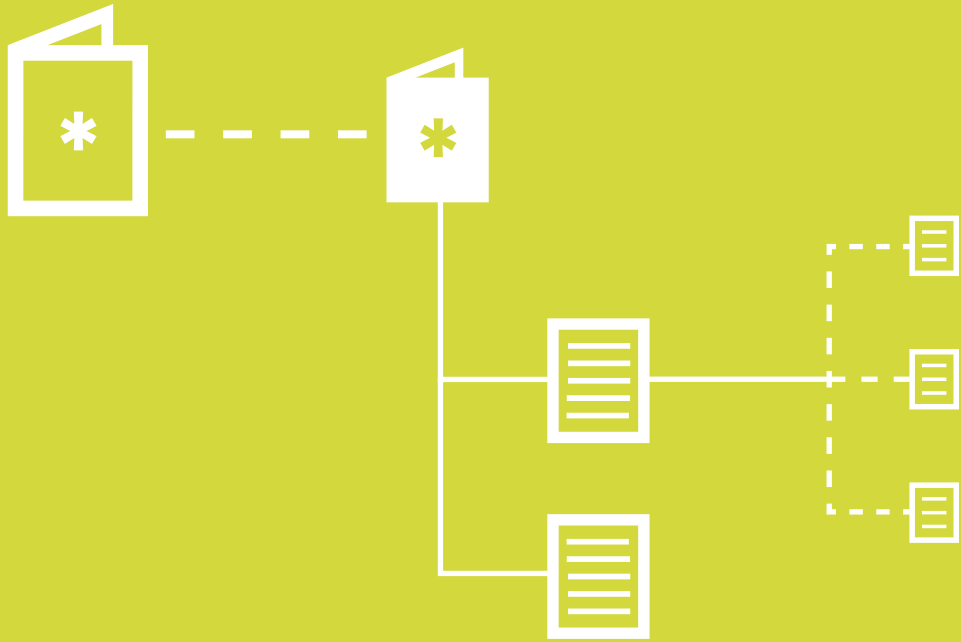




► Relatório de
Sustentabilidade
2009





▶ Conteúdos

1. Carta do Presidente → 4

2. Informação Geral → 6

- MAPFRE NO MUNDO → 7
- MAPFRE NO BRASIL → 9
- MISSÃO, VISÃO, PRINCÍPIOS EMPRESARIAIS E INSTITUCIONAIS → 10
- DGOVERNANÇA CORPORATIVA → 12
- PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS → 14

3. MAPFRE e Desenvolvimento Sustentável → 10

4. Dimensão Econômica → 14

- ESTRATÉGIA → 22
- PERSPECTIVAS → 23
- DESEMPENHO OPERACIONAL → 23
- DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO → 23
- ATIVOS INTANGÍVEIS → 31
- GESTÃO DE RISCOS → 32

5. Dimensão Social → 16

- MAPFRE E SEUS COLABORADORES → 35
- MAPFRE E SEUS CLIENTES → 37
- MAPFRE E SEUS CORRETORES E PARCEIROS DE NEGÓCIO → 39
- MAPFRE NA COMUNIDADE → 42
- MAPFRE NA SOCIEDADE → 43

6. Dimensão Ambiental → 51

7. Informação Complementar → 59

- PRINCIPAIS ASSOCIAÇÕES → 52
- ÍNDICE DE INDICADORES GRI E PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL → 54
- INDICADORES SOCIAIS → 56
- NÍVEL DE APLICAÇÃO DOS INDICADORES GRI V3 → 62
- INFORME DE VERIFICAÇÃO EXTERNA E AUDITORIA → 63
- GLOSSÁRIO → 64
- INFORMAÇÕES CORPORATIVAS → 66
- CONTATOS → 67
- CRÉDITOS → 68

FUNDACIÓN MAPFRE → 69

- AÇÃO SOCIAL → 69
- CIÊNCIAS DO SEGURO → 73
- CULTURA → 73
- PREVENÇÃO, SAÚDE E MEIO AMBIENTE → 75
- SEGURANÇA VIÁRIA → 79

1 Carta do Presidente



LUC – LESTE ÚNICO COMPARTILHADO

Este é um projeto inovador iniciado em 2009 para nortear as ações em toda a Empresa para um único objetivo: fazer com que a MAPFRE seja cada vez mais reconhecida como uma seguradora diferente. Confira, nas aberturas de capítulos deste relatório, as premissas que compõem o LUC.



Antonio Cássio dos Santos
PRESIDENTE GRUPO MAPFRE
BRASIL

Para a MAPFRE, 2009 foi um ano de resultados expressivos. A despeito da cautela vivenciada pelo mercado nos primeiros meses do ano, em função dos reflexos da crise econômica mundial, encerramos o ano mais fortalecidos, com crescimento superior ao registrado pelo segmento segurador nacional e com uma cultura interna voltada para a conquista de resultados e controle de despesas.

Desde o início do exercício, tínhamos um objetivo muito claro, que era crescer de forma sustentável, produzindo mais com os mesmos recursos. Em busca de maior eficiência, desenvolvemos projetos sustentáveis que nos permitiram reduzir os gastos, mantendo sempre a qualidade dos serviços e do atendimento oferecidos aos nossos clientes.

Como consequência, o volume de prêmios e contribuições cresceu 19,8%, totalizando R\$ 4,4 bilhões em 2009.

Outro indicador que mostra a evolução da MAPFRE mesmo diante de um

cenário adverso foi o crescimento de 29,4% do lucro antes dos impostos e participações, que encerrou o ano em R\$ 364,4 milhões.

Desenvolvemos e implementamos iniciativas, com destaque para o acordo fechado com o Banco do Brasil. Em outubro, firmamos um protocolo de intenções com o objetivo de formar uma aliança estratégica para o desenvolvimento, no mercado brasileiro, de seguros de riscos nos segmentos de Pessoas, Ramos Elementares e Automóveis. Os desdobramentos e resultados dessa importante operação poderão ser efetivamente detalhados no próximo Relatório de Sustentabilidade, quando enfim teremos dados mais concretos e informações consolidadas para divulgar.

O ano de 2009 também foi marcado pela criação de um projeto inovador, que norteou nossas ações para um único objetivo: fazer com que a MAPFRE seja cada vez mais reconhecida como uma seguradora diferente. Para entender as demandas do cliente e, dessa forma, atendê-lo com serviços e proteção adequados às suas necessidades, criamos o LUC (Leste Único Compartilhado), um conceito que busca demonstrar que o resultado positivo da Empresa está diretamente associado à satisfação de 100% dos clientes. Como meta para transformar em realidade, desenvolvemos seis projetos que abrangem todas as áreas da MAPFRE e que contam com o engajamento e a participação efetiva de nossos colaboradores, em busca desse objetivo comum.

Outras conquistas significativas de 2009 foram a aliança firmada com a MAPFRE Global Risks, para intensificação dos seguros de riscos industriais e aviação oferecidos por nossa Empresa; o lançamento de novos serviços oferecidos pelos Centros Automotivos em 10 regiões do País, ampliando dessa forma a oferta de serviços aos nossos clientes; os investimentos promovidos no treinamento de nossos colaboradores, corretores e parceiros de negócio, com a realização de campanhas de conscientização e de relacionamento para os prestadores de serviço; e a criação do primeiro curso de direção defensiva para jovens e clientes com frotas seguradas pela MAPFRE.

Outros pontos que merecem destaque foram os reconhecimentos públicos oferecidos à MAPFRE, em especial, o Prêmio Nacional de Telesserviços, no qual fomos premiados em três categorias; o Prêmio Top RH ADVB, em reconhecimento às ações de endomarketing promovidas em 2009; e a conquista da 40ª posição no ranking das 100 Melhores Empresas para Trabalhar do Brasil, a partir de análise feita pela revista Época. Também temos que ressaltar o fato de que os Fundos de Investimento da MAPFRE Investimentos Brasil se mantiveram, a exemplo dos três anos anteriores, entre os TOP 3 do País.

Ciente da importância de manter um relacionamento transparente e integrado com nossos stakeholders, pelo quarto ano consecutivo, divulgamos nossos resultados de acordo com as diretrizes internacionais da GRI e, pela segunda vez, apresentamos uma única peça, numa prova de que as iniciativas socioambientais estão cada vez mais integradas à estratégia e à operação do negócio da MAPFRE no Brasil. **(GRI 1.1)**

Este Relatório de Sustentabilidade reflete os avanços alcançados no exercício 2009 nos âmbitos econômico, social e ambiental, que são resultado da nossa busca constante para fortalecer o desempenho e os compromissos da MAPFRE com todos os seus públicos: colaboradores, clientes, corretores, parceiros de negócio, comunidade, governo e sociedade.

A soma de todas essas iniciativas nos faz acreditar que temos potencial para apresentar em 2010 resultados ainda melhores que os registrados em 2009. Graças à estratégia adotada no período e à energia de nossa equipe, temos a convicção de que estamos fortalecidos e preparados para enfrentar os desafios futuros e dar continuidade às metas de crescimento. Mantemos nossa expectativa positiva em relação ao desempenho da economia brasileira e reiteramos nosso compromisso com o desenvolvimento do mercado brasileiro de seguros.

Antonio Cássio dos Santos.
PRESIDENTE GRUPO MAPFRE BRASIL

2 Informação Geral



LUC – EQUIPE EM PRIMEIRO LUGAR

As equipes são os clientes mais importantes quando compartilham da mesma causa, dos mesmos propósitos e buscam os mesmos resultados.

▶ 2.1 MAPFRE no Mundo

A MAPFRE S.A. (Mutualidad de la Agrupación de Proprietários de Fincas Rústicas de España) é líder do mercado segurador da Espanha, país-sede da Organização, com participação mundial expressiva nos segmentos de seguros, resseguros, financeiro e de serviços. No segmento de seguros diretos, o Grupo MAPFRE está presente em todos os principais países da América Latina (onde mantém posição de liderança em seguros não-vida), nos Estados Unidos, em Portugal, na Turquia e nas Filipinas. **(GRI 2.1, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6)**

Em 2009, a MAPFRE S.A. registrou receitas totais de 18,8 bilhões de euros e lucro líquido de 926,8 milhões de euros. Os prêmios emitidos totalizaram 15,6 bilhões de euros no ano, um crescimento de 9,1% em relação a 2008. O índice combinado (para operações não-vida) ficou em 95,7%. Em 2009, os ativos financeiros administrados pela Organização totalizaram 43,1 bilhões de euros, sendo 24,1 bilhões de euros em Fundos de Investimentos.

Esses números credenciam a solidez financeira da MAPFRE, que segue princípios institucionais de globalidade da oferta, vocação multinacional, especialização e descentralização e, hoje, atua em 43 países, com um total de 151 empresas, 3.278 sucursais na Espanha e 2.528 nos outros países. **(GRI 2.8)**

Os destaques, em 2009, da MAPFRE S.A. no mundo foram: **(GRI 2.9)**

- O crescimento do Grupo durante o ano foi impulsionado pelo negócio internacional e pelo desempenho dos seguros de Vida, Residencial e Saúde.
- A representatividade do negócio internacional superou 50% dos prêmios e 34% do resultado.
- Apesar da intensa pressão sobre preços registrada em 2009, o índice combinado manteve-se em níveis satisfatórios.
- O patrimônio líquido apresentou crescimento significativo de 24% em relação a 2008, totalizando 7,0 bilhões de euros.
- A MAPFRE S.A. foi incluída entre as 40 melhores companhias do mundo, segundo estudo da revista Business Week e da consultoria A.T. Kearney.



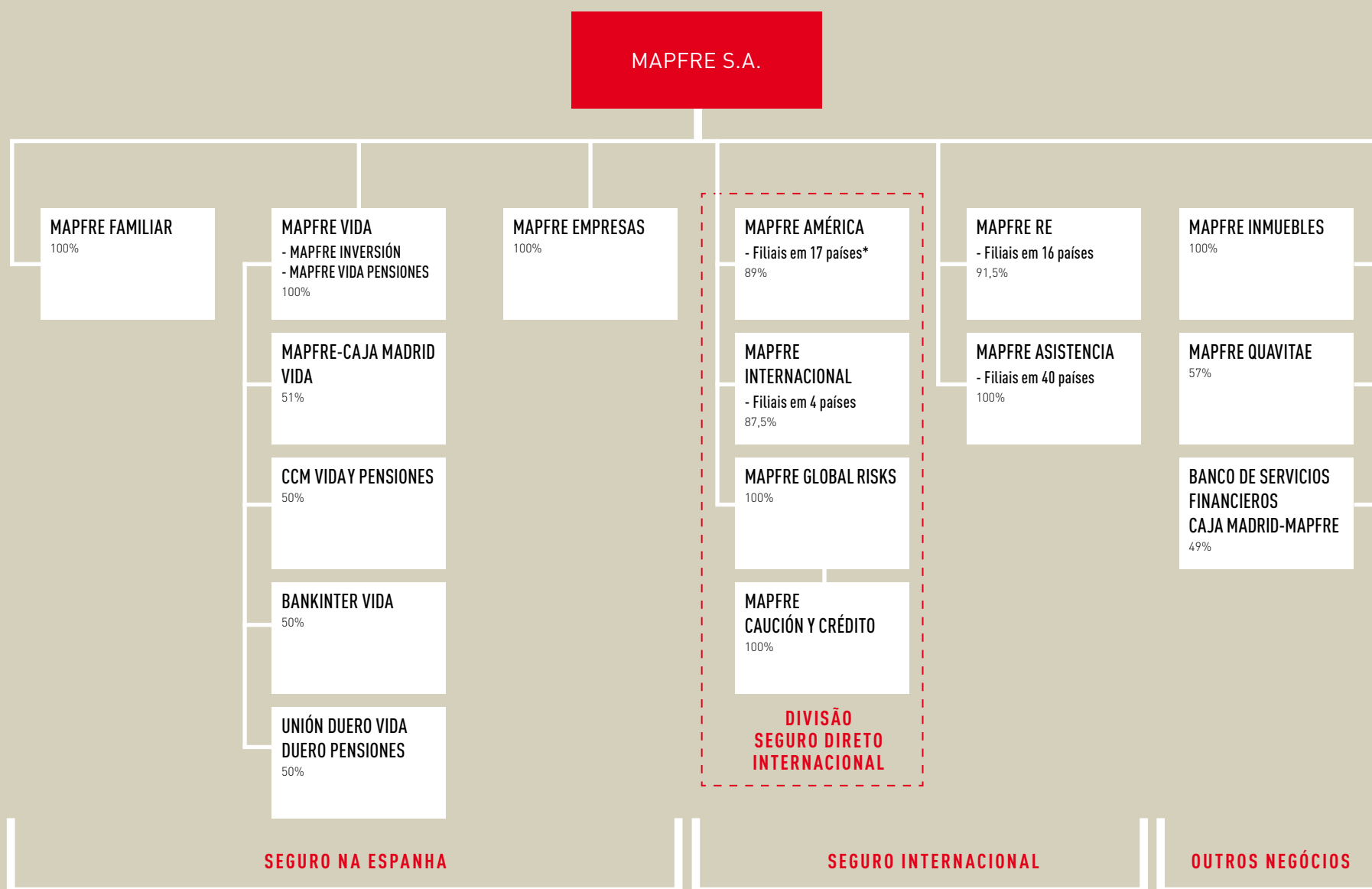
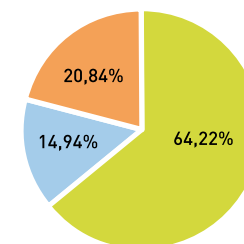
Organograma Corporativo 2009

► Estrutura acionária

FUNDACIÓN MAPFRE

CAJA MADRID

Outros Investidores



*Incluído o Brasil



▶ 2.2 MAPFRE no Brasil

No Brasil, a atuação da MAPFRE Seguros teve início em 1992, com a aquisição da Vera Cruz Seguradora S.A.. Hoje, o Grupo é um dos mais importantes do mercado segurador brasileiro, ocupando a sétima colocação no ranking nacional do mercado de seguros (sem saúde e capitalização) e o quarto lugar no ranking do mercado sem produtos de acumulação (VGBL, PGBL e produtos tradicionais de previdência complementar). **(GRI 2.1)**

Sediada em São Paulo, está presente nos 26 estados brasileiros, onde atua com 122 sucursais próprias, 18 diretorias territoriais, 11.284 corretores ativos e 2.611 colaboradores para atender a mais de 15 milhões de segurados (pessoas físicas e jurídicas) em todo o País. **(GRI 2.3, 2.4, 2.8)**

A MAPFRE oferece mais de 80 soluções personalizadas em seguros, assistência, atividades financeiras e serviços, divididas em seis segmentos de mercado: **(GRI 2.2, 2.7)**

- Automóvel
- Vida e Previdência
- Ramos Elementares
- Garantias e Crédito
- Produtos Financeiros
- Capitalização
- Consórcio

Sob a marca MAPFRE Seguros, o Grupo conta com uma diversificada linha de produtos, entre eles: MAPFRE Automais, MAPFRE Automais Gold, MAPFRE Automais Frota, MAPFRE duas Rodas, MAPFRE Duas Rodas Special, MAPFRE Residencial Multiflex, MAPFRE Aluguel Premiado, MAPFRE Aeronáutico, MAPFRE Náutico, MAPFRE Vida Você Multiflex, MAPFRE Vida Você Mulher, MAPFRE Vida Empresa, MAPFRE Previdência, MAPFRE Vida Você Special. **(GRI 2.2)**

A atuação regionalizada, que garante o atendimento aos clientes e corretores em todo o território nacional, priorizando o conhecimento das necessidades dos diferentes perfis e culturas do País, é um dos diferenciais que tem permitido ao Grupo apresentar crescimento sustentado de participação nos diversos segmentos de mercado em que atua.

Em 2009, o volume de prêmios e contribuições cresceu 19,8% (R\$ 4,4 bilhões no ano). O lucro líquido totalizou R\$ 189,7 milhões e o patrimônio líquido registrado foi de R\$

1.545,2 milhão. O destaque do ano foi o protocolo de intenções firmado com o Banco do Brasil S.A., em outubro, para parceria nas atividades de seguro no Brasil. **(GRI 2.8, 2.9)**

Com uma estrutura de negócios unificada, formada por Unidades de Negócios, Unidades de Atendimento, Unidades Comerciais, Back-office e demais empresas, a MAPFRE aproveita ao máximo suas competências específicas, além de prover sinergia entre as linhas de negócios e, desta forma, ser um provedor global de seguros e serviços financeiros. No Brasil, a MAPFRE é representada pelas seguintes instituições: **(GRI 2.3, 2.6)**

- MAPFRE Vera Cruz Seguradora S/A.
- MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência S/A.
- MAPFRE Seguradora de Garantias e Crédito S/A.
- MARES – MAPFRE Riscos Especiais Seguradora S/A.
- MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência S/A.
- MAPFRE Seguradora de Crédito a Exportação S/A.
- MAPFRE Capitalização S/A.
- Vida Seguradora S/A.
- MAPFRE Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S/A.
- Clube MAPFRE do Brasil Ltda.
- GVH Participações e Empreendimentos Ltda.
- MAPFRE Participações Ltda.
- Vera Cruz Consultoria Técnica e Administração de Fundos Ltda.
- Detectar Desenvolvimento de Técnicas para Transferência e Administração de Riscos Ltda.
- Cesvi Brasil – Centro de Experimentação e Segurança Viária Ltda.
- MAPFRE RE do Brasil Companhia de Resseguros*
- Brasil Assistência S/A.*
- ITSEMAP do Brasil Serviços Tecnológicos MAPFRE Ltda.*
- FUNDACIÓN MAPFRE – Sucursal Brasil

* Empresas com administração independente da MAPFRE Brasil.



▶ 2.3 Missão, Visão, Princípios Empresariais e Institucionais

Missão

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

Visão de Futuro

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

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

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

Forneceremos notícias, publicidade e informações de forma criteriosa, transparente e ágil. Difundiremos a cultura da prevenção, da qualidade de vida e da responsabilidade social, de modo a despertar o interesse dos **veículos de comunicação** para esses aspectos de nossa ação empresarial e contribuiremos, dessa maneira, para a formação da cultura de seguros e previdência.

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

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

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

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

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

Todas essas ações e esforços visam assegurar as condições para que a **Empresa** supere os objetivos traçados por seus acionistas na busca do crescimento sustentado, da adequada lucratividade, da criação de valor econômico e do reconhecimento de nossas marcas. **[GRI 4.8]**

Princípios Empresariais

A atuação do conjunto do Grupo MAPFRE e a gestão das empresas que o integram devem ser adequadas aos seguintes princípios:

— **Crescimento Empresarial e Patrimonial:** o desenvolvimento das atividades empresariais acarreta como objetivo necessário o maior incremento possível da sua dimensão e de seu valor econômico, em benefício de todos os seus acionistas e das possibilidades de promoção e progresso pessoal de quem participa ou colabora nas referidas atividades. Isso significa que: **[GRI 4.8]**

a) O planejamento das empresas que integram o Grupo MAPFRE deve ser centralizado na obtenção de benefícios regulares e em sua otimização a longo prazo.

b) A adoção de novos projetos de investimento deve basear-se na obtenção de um rendimento adequado em relação ao seu custo de capital.

c) Os recursos excedentes que não sejam necessários para novos projetos de investimento, ou para manter a solidez financeira do Grupo, devem reverter aos acionistas para que obtenham uma rentabilidade adequada ao seu investimento.

A criação de valor não deve ser baseada na realização de operações especulativas, mas no esforço, na eficácia, no dinamismo e no aproveitamento adequado dos meios que o progresso tecnológico proporciona para melhorar de maneira permanente a gestão social; e deve ser conseguido respeitando-se as exigências derivadas dos demais princípios institucionais definidos neste Código, em especial o de atuação ética.

— **Globalidade e Inovação Permanente na Oferta**, com o objetivo de oferecer aos clientes uma gama completa de produtos e serviços para a prevenção e cobertura de seus riscos, e de suas necessidades de poupança e previdência pessoal e familiar.

— **Vocação Multinacional** para conseguir um desenvolvimento contínuo e aumento da dimensão empresarial do Grupo, contribuindo ao mesmo tempo para o progresso econômico e social de outros países, mediante a implantação dos mesmos em empresas cuja gestão seja baseada nos princípios institucionais e empresariais da MAPFRE.

— **Atuação Coordenada** na definição de objetivos e no desenvolvimento de políticas de atuação comuns, sob a supervisão dos órgãos de governo da MAPFRE.

— **Orientação ao Cliente e Descentralização**, aproximando em todo o possível a tomada de decisões à localização dos problemas, como meio de conseguir a máxima agilidade na gestão e o adequado aproveitamento das capacidades de toda a Organização.

— **Vocação de Liderança** em todos os setores de atividade e mercados em que o Grupo estiver presente.

— **Alta Qualidade no Serviço aos Clientes** em todos os setores de atividade e mercados em que opera o Grupo, por razões éticas e como meio mais eficaz de conseguir a sua fidelização.

— **Busca Permanente da Eficiência** para otimizar a utilização dos recursos do Grupo, o que implica, entre outros fatores: **(GRI 4.8)**

— Pragmatismo e flexibilidade para adaptar as estruturas e estratégias ao ambiente mutável em que são desenvolvidas as atividades do Grupo.

— Equilíbrio adequado entre a especialização e o aproveitamento de sinergias, combinando a criação de estruturas e equipes específicas para a gestão das atividades diferenciadas com o desenvolvimento de serviços comuns para o adequado aproveitamento de economias de escala.

— Agilidade nas decisões.

— Aproveitamento das oportunidades que o desenvolvimento tecnológico oferece.

— Máxima objetividade na seleção de pessoal e de profissionais que colaboram com o Grupo, e atenção contínua à sua formação e treinamento.

— Rigor no gasto, com pressão permanente no controle e redução de custos, exclusão de gastos supérfluos, e moderação nas retribuições dos órgãos de governança e altos executivos.

Princípios Institucionais

Independentemente dos diferentes princípios que regem a atuação do Grupo MAPFRE e da FUNDACIÓN MAPFRE, atendendo à diferente natureza de suas atividades, a atuação de todas as entidades do Grupo MAPFRE deve ser adequada aos seguintes princípios:

— **Independência** com relação a toda pessoa, entidade, grupo ou poder de qualquer classe, o que significa:

a) Que nenhuma pessoa, entidade, grupo ou instituição pode atribuir-se direitos políticos ou econômicos no tocante às referidas entidades, exceto aqueles que lhes correspondem de acordo com as leis e os estatutos.

b) Que todos os órgãos de governo e diretoria das referidas entidades devem adotar suas decisões exclusivamente em função dos interesses corporativos das mesmas, sem interferência dos interesses pessoais, familiares, profissionais ou empresariais de quem intervier na tomada de decisão de cada acordo.

c) Que todos os bens e direitos que integram o patrimônio das referidas entidades devem ser destinados exclusivamente ao cumprimento de seus respectivos fins, com a única exceção das contribuições que as entidades do Grupo MAPFRE realizem à FUNDACIÓN MAPFRE mediante a prévia aprovação de suas respectivas Assembléias Gerais, e dos donativos para fins beneficentes, caritativos ou de conveniência social que a Comissão de Controle Institucional autorizar.

O princípio de independência é compatível com o estabelecimento de alianças ou parcerias com outras entidades ou instituições para o adequado desenvolvimento do Grupo MAPFRE e a obtenção de seus objetivos empresariais, mas tal princípio deverá levar em consideração o reconhecimento dos direitos a favor de terceiros que as referidas alianças ou parcerias impliquem.

— **Atuação Ética e Socialmente Responsável**, como reconhecimento da função e responsabilidade que corresponde às entidades privadas no adequado desenvolvimento e progresso da Sociedade, e que deve ser traduzido no respeito aos legítimos direitos de todas as pessoas físicas ou jurídicas com as quais se relacionam, e com os da Sociedade em geral. Isso significa:

a) Estrito cumprimento das leis, e das obrigações que delas se derivem, assim como dos bons usos e práticas dos setores e territórios em que forem desenvolvidas as atividades do Sistema MAPFRE.

b) Respeito pelos direitos de quem participa como sócio ou acionista na propriedade das diferentes sociedades mercantis que integram o Grupo MAPFRE.

c) Equidade nas relações com quem lhe presta seus serviços como conselheiro, diretor, empregado, representante e agente, e profissionais colaboradores. Isso exige objetividade na sua seleção e promoção, retribuição e condições de colaboração adequadas e razoáveis, e não discriminação em função de sua raça, ideologia política, crenças religiosas, sexo ou condição social.

d) Veracidade nas ofertas de produtos e serviços, e nas informações fornecidas aos acionistas, clientes e público em geral.

e) Rapidez e rigor no cumprimento das obrigações derivadas dos contratos assinados com clientes e fornecedores, evitando qualquer situação que possa comprometer a objetividade exigível na tomada de decisões relativas aos mesmos.

Nessa linha, a MAPFRE aderiu ao Pacto Global das Nações Unidas (*Global Compact*) e ao Protocolo da UNEP (*United Nations Environment Programme*) e assumiu, de maneira efetiva, os compromissos com os direitos humanos e o desenvolvimento sustentável que os referidos pactos acarretam.

— **Humanismo**, entendido como atenção preferencial às pessoas, baseado no convencimento de que as pessoas que integram o Grupo MAPFRE são parte essencial do mesmo, e que significa que as relações entre elas devem ser regidas pelo respeito recíproco e por valores humanos como tolerância, cordialidade e solidariedade, de maneira que a sua atividade seja desenvolvida em um clima de coesão, confiança e entusiasmo internos.

— **Rigorosa Separação entre as Atividades Empresariais do Grupo MAPFRE**, cujo objetivo é a criação de valor para todos os seus acionistas, e as atividades da FUNDACIÓN MAPFRE, cujos objetivos são de interesse geral e de caráter social e devem ser desenvolvidos sem ânimo de lucro. Isso significa:

a) Estrita separação patrimonial e econômica entre o Grupo MAPFRE e a FUNDACIÓN MAPFRE e as entidades diretamente a ela vinculadas.

b) Que a gestão das atividades empresariais seja realizada exclusivamente pelos órgãos de governo da MAPFRE, e a gestão das atividades da FUNDACIÓN exclusivamente pelos órgãos de administração e diretoria da FUNDACIÓN MAPFRE. Como consequência, a intervenção dos órgãos de governo da FUNDACIÓN na gestão do Grupo MAPFRE estará limitada a:

— Exercer os direitos que correspondem à FUNDACIÓN na sua qualidade de acionista majoritária, em conformidade com a lei, os estatutos sociais e as normas do presente Código.

— Zelar pelo bom governo do conjunto do Grupo MAPFRE.

▶ 2.4 Governança Corporativa

Para manter uma relação ética e de respeito com todos os seus públicos estratégicos e garantir a perenidade do negócio, a MAPFRE investe na adoção de boas práticas de governança corporativa e de mecanismos de controle no mesmo nível requerido para as empresas de capital aberto.

Essas diretrizes integram o Código de Ética e Bons Costumes, concebido e disseminado pela controladora espanhola a todas as suas operações em diferentes países. No Brasil, o Código de Conduta, que é distribuído a todos os colaboradores, funciona como um manual de orientação para evitar conflitos de interesse e disseminar uma cultura interna que privilegia a ética em todos os processos. A MAPFRE também conta com uma Política de Divulgação e Uso de Informações Relevantes e Preservação de Sigilo. **(GRI 4.6, 4.8)**

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

Na MAPFRE, o princípio da precaução está presente nos processos de gestão de riscos operacionais, nas atividades de controle, no mecanismo de comunicação com o público interno, no contínuo desenvolvimento de um ambiente de controle e no monitoramento periódico e sistemático da qualidade e da conformidade de cada um destes elementos, mediante a ação de uma Auditoria Interna isenta e independente. **(GRI 4.11)**

A MAPFRE adota uma postura preventiva, com foco no treinamento e na conscientização de sua equipe. Em 2009, 508 colaboradores participaram do curso de "Prevenção à Fraude em Seguros" (19%) e 2.604 (99%) concluíram o curso de "Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Financiamento ao Terrorismo". No formato e-learning, o treinamento "Prevenção à Fraude em Seguros, Capitalização e Previdência" contou com a participação total de 352 colaboradores. **(GRI S02, S03, S04)**

O modelo de governança corporativa adotado pelo Grupo é dividido em duas estruturas interdependentes: uma com enfoque estratégico (Estrutura Colegiada) e outra com viés tático (Estrutura Funcional). O elo entre ambas é feito e coordenado pelo Conselho de Administração (o principal órgão da estrutura colegiada) e pela Diretoria. **(GRI 4.1)**

Na MAPFRE, o conhecimento, a gestão e o processo decisório são compartilhados, de forma que as decisões estratégicas são sempre colegiadas. Nesse modelo, o Conselho de Administração é o órgão máximo de direção da MAPFRE e o Comitê de Direção Estratégica, o órgão de interface entre o Conselho e os demais órgãos de administração. Cada Unidade de Negócio, inclusive a de atividades funcionais, conta com um Comitê Executivo próprio, que define sua estratégia de negócio, sob aprovação do Conselho de Administração e do Comitê de Direção Estratégica. **(GRI 4.2)**



Conselho de Administração

Mesmo sendo uma sociedade por ações de capital fechado no Brasil, a MAPFRE mantém um Conselho de Administração, composto por nove membros, sendo sete conselheiros independentes e dois internos. Um é o colaborador com mais tempo de casa, com menos de 60 anos de idade, e o outro é o Presidente da Diretoria. **[GRI 4.1, 4.2, 4.3]**

De acordo com o fórum central de decisão e definição da orientação geral dos negócios, nenhuma decisão que mude o planejamento estratégico do Grupo pode ser tomada pelas Unidades de Negócio sem a anuência do Conselho de Administração. As reuniões se realizam bimestralmente ou quando há convocação do Presidente ou de qualquer Conselheiro. Em 2009, o Conselho reuniu-se seis vezes. O prazo de mandato de seus membros é de três anos, sendo permitida a reeleição. **[GRI 4.9]**

Diretoria

Composta por um Diretor-Presidente, cinco Diretores Vice-Presidentes e cinco Diretores sem designação especial, a Diretoria é responsável por harmonizar as atividades das Unidades de Negócio, garantir a aplicação em nível máximo dos princípios do Grupo e coordenar as atribuições dos Comitês Executivos.

A MAPFRE conta, também, com uma Diretoria de Auditoria Interna e de Controles Internos que, para garantir a independência de suas funções, não tem constituição estatutária e reporta-se ao Conselho de Administração, ao Comitê de Auditoria e à direção geral de Auditoria do Grupo MAPFRE.

As questões legais e institucionais com os acionistas na Espanha são submetidas e transmitidas ao Conselho de Administração e à Diretoria pela Secretaria Geral, ocupada e exercida pelo Diretor Jurídico.

Comitês

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

— Comitê de Direção Estratégica

Com reporte direto ao Conselho de Administração, é formado por nove membros. Suas atribuições são as de alinhar as decisões do Conselho e as orientações dos acionistas com as atividades das Unidades de Negócio, que enviam relatórios mensais sobre o seu desenvolvimento. **[GRI 4.7]**

— Comitês Executivos

Possui funções semelhantes às do Comitê de Direção Estratégica, mas abrangendo somente as respectivas Unidades de Negócio. São presididos pelos responsáveis máximos de cada Unidade de Negócio, que se reportam ao Comitê de Direção Estratégica.

— Comitês Funcionais

Estratégia Financeira – formado por membros internos e externos, é vinculado ao Diretor Vice-Presidente de Tecnologia, Finanças e Administração.

Recursos Humanos – vinculado ao Diretor Presidente.

Estratégia de Canais – vinculado ao Diretor Presidente.

— Comitê de Auditoria

É formado por três membros, todos externos e com perfil diferenciado, com especialidades nas áreas de Finanças, Previdência, Contabilidade de Seguros, Ciências Atuariais e Governança Corporativa, que se reportam diretamente ao Conselho de Administração. **[GRI 4.7]**

MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência

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

O acordo de acionistas prevê:

— Políticas de participação acionária e ações;

— Política de investimentos na companhia;

— Forma e funcionamento das Assembléias Gerais, Conselho de Administração, Diretoria e Conselho Fiscal;

— Opção de compra e venda de ações;

— Acordo de não-concorrência;

— Acordo de confidencialidade;

— Política de distribuição de resultados.

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

e aprovada pelo Banco Central do Brasil, em março de 2009. Em novembro de 2009, as Assembléias Gerais de ambos os bancos decidiram pela incorporação do Banco Nossa Caixa pelo Banco do Brasil.

Conselho Fiscal

De caráter permanente, o Conselho Fiscal é mantido apenas na MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência, em atendimento ao acordo de acionistas. É formado por três conselheiros, eleitos para mandato de um ano. Compete ao órgão fiscalizar os atos dos administradores e verificar o cumprimento dos seus deveres legais e estatutários; opinar sobre o Relatório Anual da Administração; analisar os balancetes e demais demonstrações financeiras elaborados periodicamente pela Companhia; e examinar e opinar sobre as demonstrações financeiras do exercício social. Em 2009, o Conselho Fiscal reuniu-se doze vezes. **(GRI 4.1)**



► 2.5 Prêmios e Reconhecimentos **(GRI 2.10)**

Prêmio	Outorgante	Data	Descrição
Prêmio Top RH ADVB 2009	ADVB (Associação dos Dirigentes de Vendas do Brasil)	Dezembro	A MAPFRE foi escolhida pelo case "Endomarketing: a consolidação de uma estratégia", que descreveu todas as ações realizadas pela Empresa que contribuem com o clima organizacional superior e o reconhecimento dos colaboradores.
Prêmio Ser Humano Oswaldo Checchia ABRH	ABRH (Associação Brasileira de Recursos Humanos)	Dezembro	A MAPFRE foi escolhida pelo case "Humanismo: a MAPFRE valoriza esta prática", que descreveu os serviços prestados pelo POP – Programa de Ouvidoria e Papo, uma das principais ferramentas da Empresa que contribui com o bem-estar dos colaboradores e sua família.
Prêmio APCA	Associação Paulista de Críticos de Arte	Dezembro	A exposição de Walker Evans, trazida ao Brasil pelo Instituto de Cultura da FUNDACIÓN MAPFRE, foi escolhida a melhor exposição de fotografias de 2009.
Prêmio Nacional de Teleserviços	ABT- Associação Brasileira de Telesserviços	Novembro	1) Categoria Personalidade Especial – concedida ao presidente da MAPFRE, Antonio Cássio dos Santos 2) Case – "SIM 24h: a capacidade de transformar oportunidade em melhoria de atendimento" 3) Case – "Conhecimento e informação com um click."
Prêmio "Melhores Empresas para trabalhar"	Great Place to Work	Outubro	40ª posição nas 100 melhores empresas para trabalhar. A análise feita pela Revista Época destaca as melhores corporações para se trabalhar no Brasil. As ações sociais desenvolvidas pela MAPFRE estão entre os pontos relevantes da seguradora.
Prêmio ABT	Garrido Marketing, com apoio da Fundação Getúlio Vargas	Setembro	1) Ouro na categoria Operação Própria com o case: "6523- transferiu o decreto para a estratégia da MAPFRE em 60 segundos" 2) Ouro na categoria Processos Inovadores com o case: Click SIM - Simples Assim"
Prêmio Destaque em Produtos	Clube Vida em Grupo, do Rio de Janeiro (CVG-RJ)	Setembro	Prêmio "Destaque em Produtos - Vida".
Prêmio Top Social ADVB 2009	ADVB (Associação dos Dirigentes de Vendas do Brasil)	Junho	A FUNDACIÓN MAPFRE foi escolhida pela realização do programa "Na Pista Certa", que contribui para a educação viária e promoveu noções de trânsito para mais de 16.000 crianças em 2009.
Prêmio Executivo de Valor	Jornal Valor Econômico	Junho	O presidente da MAPFRE, Antonio Cássio dos Santos, foi apontado, pela 3ª vez consecutiva, como o melhor executivo do setor de seguros.
Melhor Seguradora de Vida e Previdência Privada	IBRE – FGV-RJ	Maior	A MAPFRE Nossa Caixa foi eleita como a melhor seguradora de Vida e Previdência Privada de 2008 entre empresas com mais de R\$ 250 milhões de ativos sob gestão.

3 MAPFRE e Desenvolvimento Sustentável



LUC – INTEGRAR PARA ENTREGAR

As equipes precisam se integrar, com o apoio dos líderes, para construir a MAPFRE que o cliente quer.

▶ 3.1 Gestão para a Sustentabilidade do Grupo MAPFRE

Para a MAPFRE, a Responsabilidade Social é um compromisso voluntário-estratégico que significa procurar a obtenção de seus objetivos empresariais cumprindo rigorosamente as suas obrigações contratuais e legais, aplicando critérios de equidade nas relações com seus grupos de interesse e contribuindo para a satisfação das necessidades presentes e futuras da sociedade.

Política de Responsabilidade Social

A política de Responsabilidade Social da MAPFRE se baseia nos seguintes princípios, definidos em 2005 e atualizados em 2008:

- Cumprimento das leis e normas nacionais e internacionais aplicáveis em todos os países onde o Grupo opera, adotando normas e diretrizes internacionais complementares onde não haja um desenvolvimento adequado, e assumindo o respeito aos direitos reconhecidos pela Declaração Universal dos Direitos Humanos e nos dez princípios do Pacto Global.
- Manutenção de práticas de governança corporativa baseadas na transparência e na confiança mútua com os acionistas e investidores, respeitando as regras do livre mercado e da livre concorrência, e rejeitando qualquer prática irregular de vantagem para o negócio.
- Respeito pela igualdade de oportunidades para os trabalhadores, a sua privacidade e liberdade de opinião; a equidade nas relações de trabalho, garantindo um ambiente de trabalho saudável e seguro para além da formação necessária e adequada ao trabalho desenvolvido por cada empregado; justa remuneração e estabilidade de emprego, evitando qualquer tipo de perseguição, abuso ou discriminação por motivos de ideologia, credo, sexo, orientação sexual, raça ou classe social; promoção da conciliação da vida profissional e pessoal, e rejeição expressa da exploração infantil e trabalho forçado.
- Inovação constante em produtos de seguros e serviços de prevenção e cuidados que agreguem valor aos segurados e clientes, facilitando e incentivando o acesso ao maior número de seguros; prestação de serviços acessível e de qualidade dentro do prazo acordado aos segurados e clientes, aconselhando honestamente, garantindo a confidencialidade no tratamento dos seus dados, e disponibilizando gratuitamente um procedimento para resolução de reclamações no menor tempo possível.
- Desenvolvimento de práticas responsáveis na cadeia de valor, impulsionando-as principalmente por meio de processos de seleção e contratação de prestadores de serviços, fornecedores e colaboradores, e acompanhando-os no desenvolvimento de seus negócios de maneira que sejam parceiros na execução da política de Responsabilidade Social do Grupo.

- Manutenção de uma atuação respeitosa com o ambiente, promoção de medidas eficazes para minimizar ao máximo o impacto dos riscos ecológicos e ambientais das suas atividades, e promoção dos valores do desenvolvimento sustentável e de boas práticas de gestão ambiental entre prestadores de serviços e fornecedores da MAPFRE.
- Comunicação e diálogo com todas as partes interessadas, baseados na transparência, abertura e compromisso.
- Participação ativa nas organizações e fóruns nacionais e internacionais que promovem a Responsabilidade Social.
- Desenvolvimento e divulgação anual do Relatório de Sustentabilidade da MAPFRE, com informações relevantes e confiáveis sobre as atividades neste âmbito, submetendo-o a processos de verificação interna e externa adequados que garantam a sua confiabilidade e incentivem a melhoria contínua.
- Contribuição para o desenvolvimento de atividades sem fins lucrativos de interesse geral, realizadas pela FUNDACIÓN MAPFRE, dentro dos limites estabelecidos pelos estatutos sociais.

Modelo de Atuação

O modelo de atuação socialmente responsável da MAPFRE sustenta-se nos princípios institucionais e empresariais estabelecidos no seu Código de Boa Governança e, em especial, no Princípio de Atuação Ética e Socialmente Responsável.

Modelo de Responsabilidade Social

Responsabilidade Social

- Relações de equidade com os grupos de interesse.
- Atuação respeitosa com o Meio Ambiente
- Adesão ao Pacto Global e ao Protocolo UNEP
- Relatório Anual de Sustentabilidade de acordo com os critérios da GRI

Boa Governança

- Cumprimento das obrigações legais
- Transparência na gestão e na divulgação da informação
- Comportamento ético

Contribuição para a sociedade por meio de atividades não lucrativas de interesse geral desenvolvidas pela FUNDACIÓN MAPFRE.

Grupos de Interesse

A MAPFRE elaborou o seu Relatório de Sustentabilidade de acordo com os grupos de interesse corporativos definidos, recolhendo as expectativas que estes manifestaram ao longo do exercício. A comunicação com estes grupos baseia-se em princípios de transparência, veracidade e compromisso.

Mapa de grupos de interesse em função dos níveis de atuação

Nível 1: inclui todos os grupos de interesse que estão vinculados com a Organização por meio de uma relação contratual e que são os primeiros afetados pelas decisões estratégicas da Empresa e vice-versa.

- Colaboradores.
- Corretores / Parceiros de Negócios.
- Segurados e Clientes.
- Sócios / Acionistas e Investidores.
- Fornecedores.

Nível 2: engloba aqueles não vinculados à Organização por meio de uma relação contratual, os que não são afetados diretamente pelas decisões estratégicas da MAPFRE, ou são afetados de maneira limitada e vice-versa.

- Representantes dos trabalhadores / Sindicatos.
- Órgãos Públicos / Reguladores .
- Meios de Comunicação.
- Terceiro Setor (Associações sem fins lucrativos, fundações, ONG).
- Consumidores.
- Sociedade / Opinião Pública.
- Concorrência.

Gestão de Riscos Ambientais, Sociais e de Governança

Uma dos diferenciais da MAPFRE é sua eficiente gestão de riscos, que permitiu ao Grupo situar-se como uma das empresas multinacionais de maior solvência e solidez do setor.

A MAPFRE dispõe de um SGR (Sistema de Gestão de Riscos) baseado na gestão integrada de cada um dos processos de negócio e na adequação do nível de risco aos objetivos estratégicos estabelecidos. Os diferentes grupos de riscos foram agrupados em quatro categorias: operacionais; financeiros; da atividade seguradora e estratégicos; e de governança corporativa. Neste sistema, os riscos ambientais, sociais e de governança (riscos ESG)¹ estão incluídos em parte nos Riscos Operacionais e em parte nos Estratégicos e de Governança Corporativa.

Os Riscos ESG¹ na MAPFRE

Riscos Operacionais	<ol style="list-style-type: none">1. Atuarial: riscos relacionados ao resseguro e à tarifação.2. Jurídico: riscos relativos ao cumprimento normativo, à proteção de dados e à lavagem de dinheiro3. Tecnologia: riscos relacionados principalmente à segurança tecnológica e às ferramentas de comunicação.4. Recursos Humanos: riscos relativos à capacitação e dimensão do quadro de colaboradores.5. Colaboradores: riscos referentes à Rede Comercial e à profissionais externos (fornecedores, etc).6. Procedimentos: riscos associados à configuração de procedimentos e seu desenvolvimento.7. Informação: principalmente riscos relacionados com a comunicação (adequação e suficiência da informação).8. Fraude: tanto fraude interna quanto externa.9. Mercado: ligados à marca e à imagem.10. Bens materiais: principalmente riscos de proteção de ativos.
Riscos Estratégicos e de Governança Corporativa	Inclui os riscos de ética empresarial e de boa governança corporativa, de estrutura organizacional, de parcerias, fusões e aquisições, derivados do entorno regulador e de concorrência.

A Política de Riscos da MAPFRE no Brasil e os sistemas para sua gestão e controle estão descritos com mais detalhes nas páginas 32 e 33 deste relatório.

1) Riscos ESG: Environmental, Social and Governance (Ambientais, Sociais e de Governança)

▶ 3.2 Gestão para a Sustentabilidade da MAPFRE Brasil

O modelo de gestão da sustentabilidade adotado pela MAPFRE Seguros no Brasil segue os Valores e Princípios do Grupo MAPFRE e está alinhado ao Código de Conduta, ao Código de Ética e Bons Costumes e aos princípios e acordos internacionais do Grupo.

Em 2009, a MAPFRE refletiu seu compromisso corporativo com a sustentabilidade por meio de um sólido conjunto de valores que orienta as ações do Grupo desde quando era apenas uma cooperativa na Espanha. Em 2009, em especial, a atuação socioambiental da MAPFRE avançou significativamente ao incorporar o Modelo MAPFRE de Gestão da Sustentabilidade, que visa o desenvolvimento de iniciativas que tragam valor efetivo para os principais stakeholders.

Mapa de Stakeholders

- Stakeholders Primários
- Stakeholders Secundários



Algumas das principais iniciativas que integram esse modelo são:

— Levantamento das Demandas e Expectativas dos Principais Stakeholders. Com a utilização da metodologia de consulta a stakeholders da GRI (Global Reporting Initiative), a MAPFRE promoveu o engajamento de seus stakeholders primários, priorizados em 2009 de acordo com a relevância da MAPFRE para sua atuação: colaboradores, corretores, segurados, parceiros de negócio e comunidade. Com essa iniciativa, a MAPFRE pôde direcionar as iniciativas de RSC (Responsabilidade Social Corporativa) e estreitar o relacionamento com os diferentes públicos, conforme seu foco de interesse. **(GRI 4.14, 4.15)**

— Avaliação das Tendências de Mercado e das Principais Práticas de RSC. Para mitigar os riscos, tanto operacionais como para seus clientes, e desenvolver produtos e serviços alinhados às necessidades de seus públicos de interesse, a MAPFRE analisa o comportamento do mercado segurador e, de posse das informações, planeja as iniciativas previstas para os próximos anos com maior potencial de geração de valor sustentável. **(GRI 1.2)**

— Engajamento de Multiplicadores Internos. Garantir o envolvimento dos colaboradores com as iniciativas socioambientais e buscar a aderência de valores às práticas de RSC promovidas pela Empresa. A partir desses objetivos, a MAPFRE desenvolveu uma série de ações em 2009, como o workshop sobre GRI, realizado no mês de novembro, que tratou das implicações de questões socioambientais no dia-a-dia das áreas. Também foram desenvolvidos relatórios sistemáticos das realizações, direcionados para executivos, colaboradores e parceiros de negócio. **(GRI 4.16)**

— Avaliação e Gestão de Resultados. Após identificar a geração real de valor socioambiental, tanto para o Grupo como para os stakeholders, em cada iniciativa aplicada foram desenvolvidos planos de aperfeiçoamento dos programas. Este esforço contribuiu para que a MAPFRE se classificasse, pela primeira vez, entre as 100 Melhores Empresas para Trabalhar no País, segundo o Great Place to Work Institute Brasil.

Matriz de Materialidade **(GRI 4.17)**



“A Responsabilidade Social Corporativa nasce dentro da empresa, de sua cultura e de seus princípios, e se desenvolve – com o apoio da alta gerência – de baixo para cima e transversalmente. Cada instituição e cada empresa, independentemente de sua dimensão, devem ser capazes de aprovar os seus princípios e objetivos de Responsabilidade Social e de desenhar, de acordo com suas características particulares, seu mapa de stakeholders e seu próprio modelo de Responsabilidade Social.”

Juan José Almagro, Diretor-Geral de Comunicação e Responsabilidade Social da MAPFRE Espanha

▶ 3.3. Sobre o Relatório

Pelo quarto ano consecutivo, a MAPFRE divulga seus resultados de acordo com as diretrizes internacionais da GRI. Esta edição mantém a série histórica de indicadores de responsabilidade social em linha com o Instituto Ethos e o Ibase (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas). **(GRI 3.9)**

Neste relatório, estão apresentados os resultados econômico-financeiros, sociais e ambientais das operações mantidas pela MAPFRE no Brasil relativos ao período de 1º de janeiro de 2009 a 31 de dezembro de 2009². O Grupo apresenta seus resultados anualmente e a última edição do relatório (que compreendeu os resultados entre 1º de janeiro de 2008 a 31 de dezembro de 2008) foi publicada em 2009. **(GRI 3.1, 3.2, 3.3, 3.6, 3.7, 3.8)**

Para engajar e gerar representatividade entre os diferentes públicos de interesse da MAPFRE (colaboradores, corretores, segurados, parceiros de negócio e comunidade), a materialidade deste relatório foi avaliada por meio de consultas a stakeholders e de eventos para disseminação de conceitos e iniciativas em sustentabilidade. Pelo segundo ano consecutivo, o relatório mantém nível de aplicação B+, o que ilustra o engajamento da MAPFRE na aplicação de iniciativas de sustentabilidade e na coleta de informações. **(GRI 3.5, 3.11)**

Como na versão anterior, este relatório foi submetido à verificação externa e à auditoria. Os dados operacionais e financeiros, bem como as comparações que se referem ao mesmo período de 2008 – exceto onde estiver indicado de outra forma – são apresentados com base em números consolidados e em reais, conforme a legislação societária vigente. As informações financeiras, bem como o Relatório de Sustentabilidade relativo ao exercício findo em 31 de dezembro de 2009, foram submetidos à revisão da Ernst & Young Auditores Independentes S.S. e a XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX. **(GRI 3.9, 3.13)**

O processo de desenvolvimento e aprovação do conteúdo deste relatório foi coordenado pela Diretoria de Sustentabilidade e FUNDACIÓN MAPFRE e contou com o envolvimento de stakeholders internos e externos, como colaboradores de diversos níveis da MAPFRE, e com a participação efetiva da Presidência, Vice-Presidências, Diretorias, Superintendências e Gerências. **(GRI 3.5)**

As demonstrações financeiras consolidadas presentes neste relatório compreendem as empresas MAPFRE Vera Cruz S.A. (consolidadora); MAPFRE Participações Ltda., MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência S.A., MARES – MAPFRE Riscos Especiais Seguradora S.A., GVH Participações e Empreendimentos Ltda., Vida Seguradora S.A., MAPFRE Capitalização S.A., Detectar Desenvolvimento de Técnica para Transferência e Administração Risco Ltda. (controladas), MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência S.A., MAPFRE Distribuidora de Títulos e Valores Imobiliários S.A., e Vera Cruz Consultoria Técnica e Administração de Fundos

Ltda. (coligadas); MAPFRE Seguradora de Garantias e Crédito S.A. e MAPFRE Seguradora de Crédito a Exportação S.A. (ligadas). Estas empresas, que compõem o conglomerado MAPFRE Seguros, cuja administração é unificada, foram consolidadas com o objetivo de fornecer informações que traduzam a dimensão do Grupo no Brasil. **(GRI 3.9)**

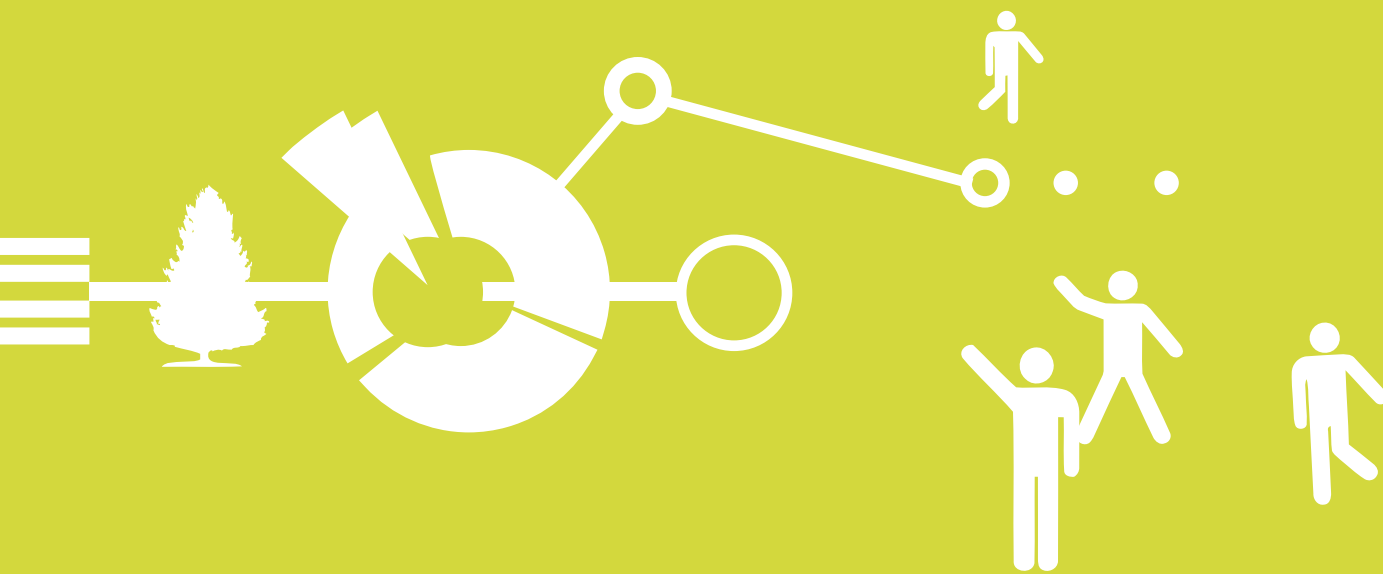
Além das empresas descritas acima, os indicadores sociais e ambientais contemplam dados das seguintes empresas do Grupo: CESVI Brasil S/A – Centro de Experimentação e Segurança Viária; Clube MAPFRE do Brasil Ltda.; e ITSEMAP do Brasil Serviços Tecnológicos MAPFRE Ltda³. **(GRI 3.9)**



2) Os dados do Brasil reportados no relatório global "RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2009" são referentes ao período de janeiro a novembro de 2009.

3) Empresas não submetidas a auditoria independente.

4 Dimensão Econômica



LUC – GENTE DIFERENTE

Para sair da guerra de preços e oferecer serviços de valor aos seus clientes, a MAPFRE aposta em gente diferente para fazer parte de sua equipe.

▶ 4.1 Estratégia

A estratégia nunca foi tão importante quanto no atual ambiente de negócios. A gestão estratégica é um processo contínuo e interativo que busca manter uma organização como um conjunto integrado ao seu ambiente por meio da determinação e disseminação de sua missão, objetivos e estratégias rumo à visão de futuro.

Ao longo dos anos, a MAPFRE vem consolidando sua cultura de planejamento estratégico como uma das principais ferramentas de gestão, trabalhando de maneira uniforme os cinco princípios de uma empresa com foco na estratégia: Mobilizar, Transformar, Motivar, Alinhar e Traduzir. Esses cinco pilares de sustentação estratégica são a base do trabalho de elaboração, disseminação e controle do planejamento que, sob o conceito da Consciência Estratégica MAPFRE, buscam alinhar a organização em todos os seus níveis hierárquicos, transformando-a em um Grupo realmente diferente.

É na busca de seus objetivos, a MAPFRE direciona sua estratégia para o trinômio: Clientes (marca, serviços e distribuição), Pessoas (alta performance, reconhecimento e ambiente) e Processos (administração enxuta e Seis Sigma, tecnologia e controle interno).

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



CLIENTES

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

PESSOAS

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

PROCESSOS

- Filosofia Seis Sigma e de *Learn Enterprise* (administração enxuta).
- Estrutura baseada em gestão de soluções simples e em Unidades de Negócio.
- Monitoramento periódico do SPE pelos Comitês Executivos.
- Utilização dos indicadores de desempenho do BSC (*Balanced ScoreCard*) na construção do planejamento estratégico anual.
- Investimentos em inovações tecnológicas e consolidação de controles internos com base em referências internacionais de ponta.
- Disseminação dos objetivos estratégicos por meio de softwares de gerenciamento, que permitem o monitoramento por parte dos gestores.
- Gestão austera de gastos.
- Controles internos.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

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

▶ 4.2 Perspectivas

A gradual recuperação econômica mundial, especialmente no Brasil e nos países emergentes, e os sinais positivos nos Estados Unidos devem superar eventuais problemas localizados em alguns países. Neste cenário, a MAPFRE projeta que 2010 será um ano positivo para a economia global e melhor que 2009. A previsão para o Grupo MAPFRE é de manutenção do crescimento de vendas e dos resultados observados nos últimos anos. Confiante na evolução do Brasil, a MAPFRE estabeleceu diretrizes para transformar a estratégia em atitudes e projetos que permitam consolidar a Empresa como um grupo segurador cada vez mais voltado às necessidades dos clientes. Para isso, em 2010, o foco das ações será:

- Contribuir com a formação do cidadão e disseminar valores e cultura, incentivando o desenvolvimento sustentável, a pesquisa e o acesso à informação.
- Desenvolver e capacitar o capital humano em busca de uma cultura de alta performance.
- Fortalecer a parceria com os canais de distribuição, tornando essa relação cada vez mais sustentável.
- Disponibilizar o maior número possível de soluções personalizadas aos segurados, unificando os canais de relacionamento com os clientes.
- Conservar a capacidade elevada de subscrição de riscos (segmentos técnicos) e de modelagem estatística de tarifas em produtos de massa.

- Estabelecer novos e mais rígidos procedimentos de gestão de riscos operacionais, de controle e de *compliance*, para garantir a segurança das operações e a integridade das informações.
- Manter índices de solvência superiores aos padrões estabelecidos nos regulamentos específicos.
- Manter a cultura de melhoria contínua de processos, de otimização de recursos e de redução de desperdícios, com o auxílio da metodologia Seis Sigma, a execução de um Planejamento Estratégico fundamentado e a adoção de controles eficazes.
- Concluir as negociações com o Banco do Brasil, com o objetivo de operacionalizar a aliança estratégica para desenvolvimento dos negócios de seguros de riscos nos segmentos de pessoas, ramos elementares e automóveis.

▶ 4.3 Desempenho Operacional

O Mercado Brasileiro de Seguros

Com um faturamento total de R\$ 85,3 bilhões em 2009, o mercado brasileiro de seguros registrou crescimento de 11,9% em relação ao ano anterior. Esse resultado foi impulsionado, principalmente, pelo desempenho do VGBL (Vida Gerador de Benefícios Livre), que registrou uma evolução de 28,07% sobre o mesmo período do ano anterior, encerrando o exercício com participação de 35,30% (R\$ 30,13 bilhões).

RAMOS	2009	Participação Mercado	2008	Participação Mercado	Evolução	Evolução em R\$ mil	Evolução Part. Merc.
VGBL	30.132.802	35,30%	23.527.887	30,84%	28,07%	6.604.916	3,98%
Auto	19.950.589	23,37%	20.078.554	26,32%	-0,64%	-127.964	-2,64%
Vida	13.325.461	15,61%	11.678.554	15,31%	14,10%	1.646.586	0,27%
Seguros Gerais	11.540.668	13,52%	11.031.752	14,46%	4,61%	508.916	-0,84%
PGBL	5.201.848	6,09%	5.059.210	6,63%	2,82%	142.639	-0,48%
Previdência	3.352.286	3,93%	3.234.729	4,24%	3,63%	117.557	-0,28%
Garantia/ Crédito	1.127.838	1,32%	1.004.095	1,32%	12,32%	123.743	0,00%
Demais	740.247	0,87%	679.874	0,89%	8,88%	60.373	-0,02%
Setor	85.373.750	100,00%	76.296.983	100,00%	11,90%	9.076.767	0,00%

Com participação de 23,37% no mercado, o segmento de automóvel ficou em segundo lugar no ranking geral. As vendas de seguros de automóvel totalizaram

R\$ 19,9 bilhões em 2009, sendo R\$ 17,2 bilhões em seguros de automóvel e R\$ 2,7 bilhões em DPVAT (Seguro Obrigatório de Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Vida Terrestre).

O terceiro maior faturamento do mercado foi conquistado pelos seguros de vida, cujas vendas somaram R\$ 13,3 bilhões no ano, com variação positiva de 14,10% em relação a 2008. Esse incremento deve-se à mudança de cultura do segurado diante da estabilidade econômica, que passou a investir em garantias para sua família em caso de imprevistos, bem como ao crescimento das linhas de negócios relacionadas ao crescimento do crédito interno, como os seguros prestamistas.

As vendas de seguros gerais (ramos elementares) totalizaram R\$ 11,5 bilhões em 2009, o que representa um crescimento de 4,61% sobre 2008. Esse baixo índice foi influenciado pelo desempenho da economia em 2009. Os destaques ficaram para o crescimento de 30,03% no ramo Rural em relação ao ano anterior, principalmente nos seguros agrícolas (24,59%), em razão da política do Governo Federal e de alguns governos estaduais de subsidiar parte dos prêmios, e de penhor rural (21,21%).

Os produtos de acumulação (VGBL, PGBL e tradicionais) cresceram 21,57% em relação a 2008, encerrando 2009 com um montante de R\$ 38,6 bilhões, acumulado de janeiro a dezembro de 2009 – sendo R\$ 30,1 bilhões em planos VGBL, R\$ 5,2 bilhões em PGBL (Plano Gerador de Benefícios Livres) e R\$ 3,3 bilhões em planos tradicionais.

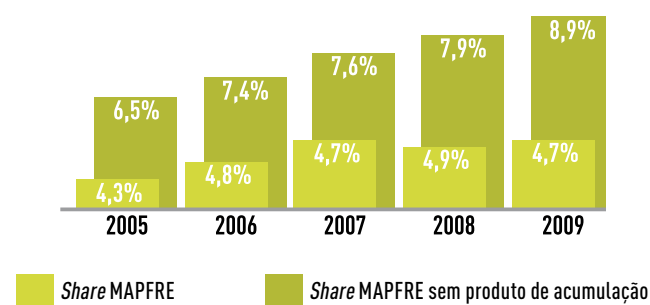
As perspectivas para o mercado de seguros são otimistas, com crescimento entre 16% e 20% no faturamento de 2010. Essa projeção é baseada nas expectativas positivas para a economia brasileira, diante das possibilidades de aquecimento do mercado interno e dos bons indicadores nos setores da indústria e do comércio.

MAPFRE – Desempenho 2009

A MAPFRE encerrou 2009 com participação total de 4,7% no mercado segurador, mantendo a 7ª colocação no ranking nacional. Já no mercado brasileiro de seguros, sem produtos de acumulação (PGBL, VGBL e produtos tradicionais), a participação da MAPFRE cresceu, passando de 7,9% em 2008 para 8,9% em 2009 – o que garante à Empresa a 4ª posição no ranking do setor.

A MAPFRE ocupa, hoje, a 2ª posição no mercado de seguros gerais, com participação de 8,8%; 3ª posição no mercado de vida, com participação de 10,6%; 4ª posição em seguros de automóvel, com participação de 7,9%; e 5ª posição no mercado de garantias e crédito.

Market share



(*)Produtos de acumulação: PGBL, VGBL e Previdência

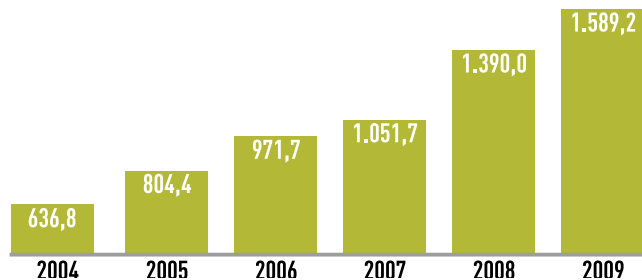
Os ramos de atuação da MAPFRE são agrupados da seguinte forma: [\(GRI 2.2, 2.7\)](#)

Automóvel	<ul style="list-style-type: none"> Auto DPVAT
Vida	<ul style="list-style-type: none"> Acidentes Pessoais Vida
Previdência	<ul style="list-style-type: none"> VGBL Produtos Tradicionais PGBL
Ramos Elementares	<ul style="list-style-type: none"> Riscos Industriais Transportes Aeronáuticos Rural Hipotecário Multiriscos Garantia Estendida Cascos Marítimos Habitacional Demais
Garantias e Crédito	<ul style="list-style-type: none"> Seguro Garantia Crédito a Exportação (R. Político e Comercial) Crédito Doméstico Risco Comercial Crédito Doméstico Risco PF



AUTOMÓVEL (GRI 2.2, 2.7)

Evolução dos prêmios emitidos (com DPVAT)



A receita registrada em 2009 no segmento de Automóvel (incluindo DPVAT) totalizou R\$ 1,59 bilhão de prêmios emitidos, com incremento de 14,3% em relação ao ano anterior.

Ainda sob os reflexos da crise econômica mundial, o mercado de seguros de automóvel iniciou o ano de 2009 com forte concorrência em preços, o que afetou diretamente a rentabilidade das empresas. Diante desse cenário, a MAPFRE revisou o seu planejamento estratégico para o segmento, mantendo uma posição mais prudente.

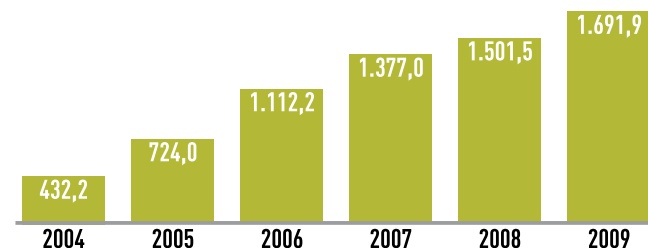
Como resultado, os índices de sinistralidade foram reduzidos e a rentabilidade da carteira aumentou, permitindo à MAPFRE reconquistar a 4ª posição no ranking do mercado (5º lugar em 2008).

Durante o ano, foi consolidada a utilização pelos corretores do AutoMais Online, produto lançado em 2008, que permite a emissão da apólice já no processo de cotação. Em 2009, a modelagem online também foi incluída nos produtos “caminhão”, “duas rodas” e “gold”.

Um dos destaques do período foi o lançamento de alguns serviços oferecidos pelo AutoMais Serviços (centros automotivos com conceito diferenciado de atendimento ao segurado) em sucursais da MAPFRE, ampliando a oferta de serviços em localidades onde não há demanda suficiente para a instalação de um grande centro automotivo. Ao final do ano, 10 sucursais passaram a oferecer serviços como: captação de aviso de sinistros, vistoria de veículos sinistrados, liberação de orçamento junto a oficinas e liberação no ato do carro reserva. Para 2010, a meta é ampliar ainda mais esse novo modelo de serviços ao cliente para outras nove sucursais.

VIDA E PREVIDÊNCIA (GRI 2.2, 2.7)

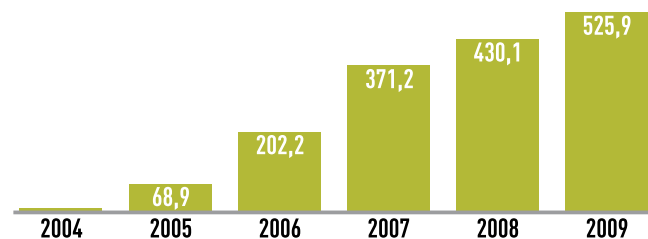
Evolução dos prêmios emitidos e contribuições (consolidado)



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

MAPFRE NOSSA CAIXA VIDA E PREVIDÊNCIA (SEM DPVAT)

Evolução dos prêmios emitidos e contribuições



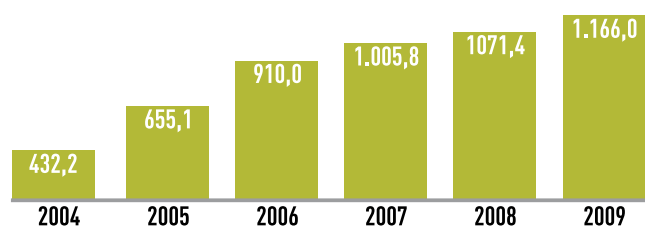
A receita da MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência cresceu 22,3% em relação ao exercício de 2008, totalizando R\$ 525,9 milhões em 2009. Com crescimento de 21% em vida e 25% em previdência, um dos destaques foi a conquista da marca de R\$ 1 bilhão de ativos sob gestão durante o ano.

Além de superar os desafios do processo de transição, decorrente do processo de aquisição do Banco Nossa Caixa pelo Banco do Brasil, em 2009 foi promovida a consolidação das operações, com crescimento no volume de negócios e na carteira de clientes, que encerrou o exercício com 1,5 milhão de apólices de

planos de previdência privada vigentes. Durante o ano, foram promovidas uma série de ações operacionais tais como a conclusão do processo de implantação do novo sistema informático, iniciado em 2008, que foi desenvolvido para suportar os negócios de “bancaseguros”, e a realização de campanhas internas direcionadas a todos os colaboradores da seguradora, com ênfase naquelas com o objetivo de elevar o volume de vendas.

MAPFRE VERA CRUZ VIDA E PREVIDÊNCIA E VIDA SEGURADORA S/A

Evolução dos prêmios emitidos e contribuições



Em 2009, os prêmios emitidos e contribuições da MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência e Vida Seguradora totalizaram R\$ 1,2 bilhão, com incremento de 8,8% em relação ao resultado reportado em 2008 (R\$ 1,07 bilhão).

Esse desempenho é resultado do relacionamento cada vez mais estreito com a rede comercial, formada pelas 122 sucursais, para identificar novas oportunidades locais a serem exploradas, bem como do fortalecimento com os canais estratégicos, buscando negócios além dos mercados tradicionais.

O volume de contribuições de Previdência totalizou R\$ 221 milhões no ano, um recorde histórico para a MAPFRE, que é fruto da efetiva participação da rede nas captações e do sucesso de sua estratégia de multigestores em que, além da MAPFRE Investimentos, destacam-se as parcerias firmadas com dois outros importantes gestores de recursos do mercado: Credit Suisse Hedging-Griffo e BNP Paribas.

Entre as diversas ações desenvolvidas que também contribuíram para o bom desempenho registrado no ano, destacam-se:

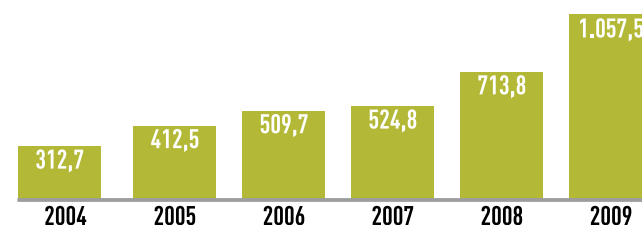
- Lançamento de dois novos produtos de Previdência: Barcelona e Madri, que ajudaram a alavancar o negócio de previdência em 2009.
- Unificação dos produtos de Vida, com a reformulação da linha MultiFlex, a partir da captura das melhores práticas, características e diferenciais dos

produtos de cada empresa (MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência e Vida Seguradora), com o objetivo de oferecer aos segurados e corretores os melhores produtos e serviços.

- Lançamento da Rede Mulher, um blog destinado às mulheres, que comprova o reconhecimento da MAPFRE sobre a existência e a importância de segmentos específicos a serem trabalhados de formas diferenciadas.
- Consolidação da operação de Vida, para garantir a unificação das atividades de ambas as empresas. Com isso, o processamento dos negócios de massificados e indústrias foi transferido para a unidade do Rio de Janeiro e as operações customizadas (tailor made) ficaram concentradas em São Paulo. Esse movimento garantiu mais qualidade e agilidade na entrega e no processamento dos seguros.
- Participação em comissões da Fenaprevi (Federação Nacional de Previdência Privada e Vida) e eventos internacionais, que trataram do desenvolvimento e da formalização do mercado de microsseguros.
- Desenvolvimento de ações internas voltadas para as equipes, com o objetivo de contribuir para o aperfeiçoamento do ambiente de trabalho.

RAMOS ELEMENTARES (GRI 2.2, 2.7)

Evolução dos prêmios emitidos



A receita da MAPFRE totalizou R\$ 1,1 bilhão em 2009, um crescimento de 48,2% ante 2008, permitindo-a passar da 4ª para a 2ª colocação no mercado. Na maioria dos setores foram registrados ganhos significativos, com crescimento superior à média do mercado.

Os destaques ficaram para o desempenho dos seguros aeronáuticos, que registraram incremento de 125,1% em relação a 2008, e dos seguros de cascos marítimos, com crescimento de 76,3% no ano.

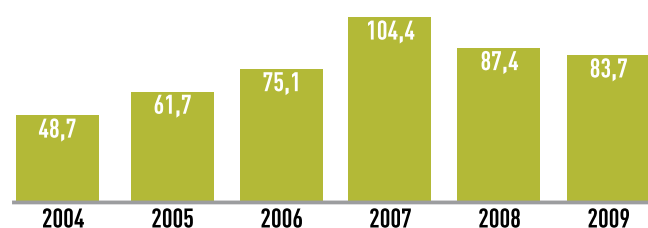
Em decorrência das mudanças climáticas (vendavais e temporais) ocorridas durante o ano, a MAPFRE iniciou um trabalho de revisão e adequação das condições e das políticas de subscrição dos seguros massificados (residenciais e industriais).

O resultado da carteira de transportes foi deficitário principalmente no segmento de seguros de responsabilidade civil do transportador, em particular no primeiro semestre do ano, o que pode ser atribuído à crise financeira mundial. Em decorrência da quase estagnação da economia, o transporte de cargas diminuiu consideravelmente, provocando uma redução nos prêmios. Ao contrário, os sinistros aumentaram, de modo geral, com destaque para os roubos, que provocaram uma elevação significativa na sinistralidade. Medidas corretivas foram tomadas para recuperar o resultado, entre elas, uma revisão profunda na política de subscrição de riscos e na precificação.

Para 2010, além da expectativa de crescimento nos seguros ligados à área de construção civil, será desenvolvido um trabalho de capacitação das equipes comerciais para atender a essa nova demanda.

GARANTIAS E CRÉDITO (GRI 2.2, 2.7)

Evolução dos prêmios emitidos



Em 2009, a MAPFRE concluiu a estratégia, iniciada em 2008, de incluir no processo de subscrição os efeitos estimados da crise financeira no desenvolvimento da análise das empresas. Esse posicionamento impactou o resultado da área de Garantias e Créditos: a receita de R\$ 83,7 milhões registrada em 2009 foi 4,2% menor em relação à de 2008.

Além disso, diante da crise financeira, foram estabelecidas novas medidas de subscrição de riscos que restringiram a ampliação de exposição e a aceitação de novos clientes, essenciais para o crescimento dos prêmios emitidos, mas que, por outro lado, contribuíram para um maior controle da sinistralidade e a manutenção da carteira.

Na área de Crédito, foram aprovados e implementados novos critérios para precificação de negócios, que culminaram com a criação de mecanismos para intensificar o relacionamento com o segurado e seu cliente e o monitoramento diário das informações financeiras, que permitiu à MAPFRE identificar, com maior agilidade, problemas financeiros ou comerciais apresentados pelos riscos cobertos (clientes do segurado). Com isso, a carteira de riscos foi reduzida de 7,5

mil para 2,5 mil riscos. As ações de análise dos efeitos da crise financeira mundial proporcionaram melhor direcionamento aos setores econômicos brasileiros, que demonstraram maior força e resistência aos impactos de restrição de crédito. O setor de informática deixou de ser atrativo e os esforços se voltaram aos setores farmacêutico e alimentício. Foram incorporados três novos clientes da área farmacêutica.

Na área de Garantias, o foco de atuação esteve direcionado para obras públicas, com os avanços em novas concessões de linhas de transmissão e concessões rodoviárias. A expectativa é de que, em 2010, esses negócios sejam intensificados em decorrência das obras do PAC (Programa de Aceleração do Crescimento), da Copa do Mundo de 2014 e das Olimpíadas de 2016.

CANAIS (GRI 2.2, 2.7)

Para garantir o acesso a serviços financeiros e de seguros a um público específico, que em condições normais, não tem contato com esse tipo de produto, a MAPFRE mantém uma clara e bem definida Estratégia de Canais. Esta atuação, que é realizada sempre com a intermediação de corretores, está focada nos seguintes nichos de mercado: instituições financeiras, negócios corporativos, cooperativas, igrejas e concessionárias de veículos, concessionários de serviços públicos (energia elétrica e telefonia) e no segmento de varejo.

Em 2009, foram renovados importantes acordos de distribuição com cooperativas (Sicred) e redes de varejo (Carrefour) e conquistadas novas contas com bancos ligados à montadoras (Banco Volkswagen) e fabricantes de automóveis (garantia estendida Ford).

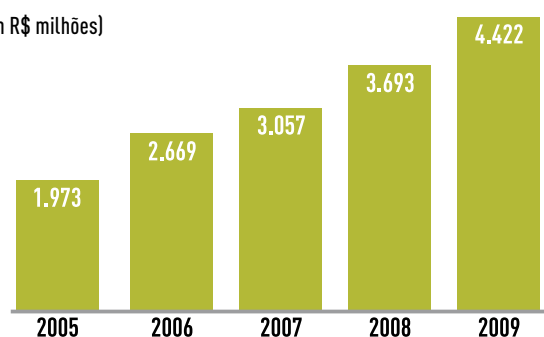


▶ 4.4 Desempenho Econômico-Financeiro

PRÊMIOS EMITIDOS

Em 2009, a MAPFRE manteve sua trajetória de crescimento, registrando ao final do exercício R\$ 4,4 bilhões em prêmios e contribuições, um incremento de 19,8% em relação a 2008.

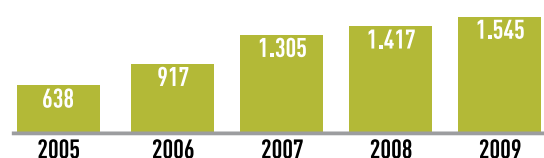
Prêmios emitidos (em R\$ milhões)



PATRIMÔNIO LÍQUIDO

O patrimônio líquido totalizou R\$ 1,54 bilhão em 2009, com incremento de 9,1% em relação ao ano anterior. Os ativos totais alcançaram a marca de R\$ 7,10 bilhões, um aumento de 18,3% sobre 2008 (R\$ 6,00 bilhões).

Evolução do patrimônio líquido (em R\$ milhões)



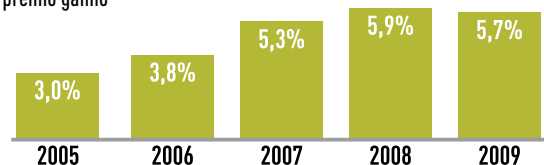
SINISTRALIDADE E COMISSIONAMENTO

Em 2009, a MAPFRE registrou índice de sinistralidade de 53,8% (52,3% em 2008) e índice de comissionamento geral de 27,3% (24,6% em 2008), ambos sobre os prêmios ganhos.

LUCRO LÍQUIDO

O lucro antes dos impostos e participações totalizou R\$ 364,4 milhões em 2009, um crescimento de 29,4% sobre 2008 (R\$ 281,6 milhões). O lucro líquido alcançou a cifra de R\$ 189,7 milhões, um incremento de 9,9% em relação ao ano anterior (R\$ 172,5 milhões).

Lucro líquido sobre o prêmio ganho



PROVISÕES TÉCNICAS

As provisões técnicas de seguros e previdência complementar foram incrementadas em 19% em relação às de 2008 e encerram o exercício com R\$ 4,2 bilhões.

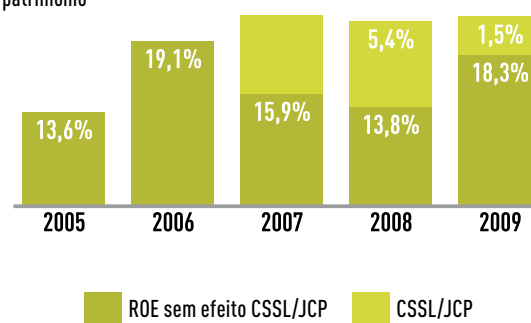
Prêmios emitidos (em R\$ milhões)



RETORNO SOBRE OS INVESTIMENTOS

A taxa de retorno sobre os investimentos (ajustada) ROE foi de 19,8%, superior em 0,6 pontos percentuais em relação à obtida em 2008.

ROE - Retorno sobre patrimônio



CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

A MAPFRE Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S.A. incrementou significativamente suas operações na gestão de fundos de investimentos de terceiros, encerrando o exercício com R\$ 1,1 bilhão, administrados a esse título, e rentabilidade de 114% do CDI sobre a gestão dos ativos, que totalizam mais de R\$ 4,2 bilhões.

REINVESTIMENTOS DE LUCROS

De acordo com a proposta da administração, o lucro remanescente do exercício de 2009, de R\$ 69.594 mil, será destinado da seguinte forma: R\$ 6.363 mil para Reserva Legal, correspondente a 5% do lucro líquido do exercício; e R\$ 63.231 mil para a constituição de reservas estatutárias.

OUTROS ASPECTOS RELEVANTES

— Em outubro de 2009, a MAPFRE e o Banco do Brasil firmaram Protocolo de Intenções com o objetivo de formar aliança estratégica para o desenvolvimento, no mercado brasileiro, dos negócios de seguros de riscos nos segmentos de Pessoas, Ramos Elementares e Automóveis – operação na qual as partes se beneficiarão das estruturas e capacidades existentes em cada uma das empresas aliadas.

— A MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência S.A. e a MARES MAPFRE Riscos Especiais Seguradora S.A. distribuíram dividendos, ao longo do exercício de 2009, de R\$ 88 milhões e R\$ 20 milhões, respectivamente. A MAPFRE Vera Cruz Seguradora S.A. distribuiu, a título de juros sobre o capital próprio, o montante de R\$ 57.656 mil.

FLUXO DE CAIXA

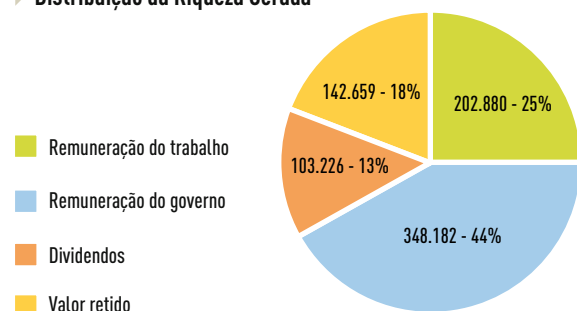
Demonstração dos Fluxos de Caixa		
	Consolidado – Circular SUSEP 379/2008 e 385 /2009	
	2008	2009
ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Recebimentos de prêmios de seguro, contribuições de previdência e taxas de gestão e outras	4.211.856	3.627.398
Recuperações de sinistros e comissões	381.226	384.743
Outros recebimentos operacionais (salvados, ressarcimentos e outros)	147.643	123.599
Pagamentos de sinistros, benefícios, resgates e comissões	(3.167.616)	(2.687.812)
Repasses de prêmios por cessão de riscos	(449.450)	(282.123)
Pagamentos de despesas com operações de seguros e resseguros	(139.918)	(225.841)
Pagamentos de despesas e obrigações	(383.520)	(359.015)
Recebimentos de juros, dividendos e redução de capital em coligadas e controladas	-	-
Constituição de depósitos judiciais	(6.764)	(7.223)
Resgates de depósitos judiciais	6.528	954
Pagamentos de Participações nos Resultados	(11.370)	(10.762)
Caixa gerado na empresa Vida Seguradora anterior ao controle acionário do Grupo MAPFRE	-	26.593
Caixa (consumido) gerado pelas operações	588.615	590.511
Impostos e contribuições pagos	(212.065)	(127.548)
Juros Pagos	-	(496)
Investimentos financeiros:		
Aplicações	(3.516.267)	(4.326.676)
Vendas e resgates	3.187.804	4.078.345
Rendimentos recebidos	-	655
Caixa líquido gerado nas atividades operacionais	48.087	214.791
ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		
Pagamento pela Compra de Ativo Permanente:		
Investimentos	(1.894)	(59.319)
Imobilizado	(19.478)	(32.957)
Intangível	(13.220)	(15.185)
Recebimento pela venda de ativo permanente:		
Investimentos	-	154
Caixa líquido consumido nas atividades de investimento	(33.807)	(106.134)
ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		
Distribuição de Dividendos e Juros sobre o Capital Próprio	(26.460)	(107.508)
Caixa Líquido Gerado/(Consumido) nas Atividades de Financiamento	(26.460)	(107.508)
Redução líquida de caixa e equivalentes de caixa	(12.180)	1.149
Caixa e equivalentes de caixa no início do semestres	70.008	68.859
Caixa e equivalentes de caixa no final do semestres	57.828	70.008
Redução líquida de caixa e equivalentes de caixa	(12.180)	1.149

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO (DVA) (GRI EC1)

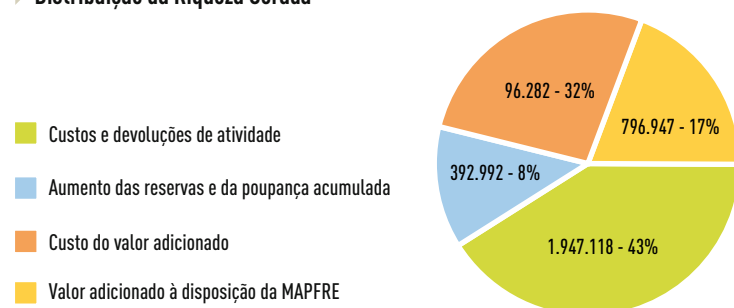
Em 2009, a riqueza gerada pela MAPFRE cresceu 15% em relação a 2008, totalizando R\$ 4,64 bilhões. O valor adicionado líquido à disposição da Empresa atingiu o montante de R\$ 796,9 milhões, com incremento de 15% sobre o ano anterior. Esses recursos foram distribuídos da seguinte forma:

- Remuneração do Trabalho – 25% (R\$ 202,9 milhões) para a remuneração dos colaboradores, com a geração de empregos e investimentos em treinamento – um crescimento de 6% sobre o ano anterior.
- Pagamento de impostos e contribuições – 44% (R\$ 348,2 milhões) para o pagamento de impostos, contribuições, tributos e taxas – um incremento de 23% em relação a 2008.
- Dividendos – 13% (R\$ 103,2 milhões) para o pagamento de dividendos e juros sobre capital próprio aos acionistas – valor 9% inferior ao registrado em 2008.
- Valor Retido – 18% (R\$ 142,6 milhões) em valores retidos que foram incorporados ao patrimônio líquido dos acionistas, considerando a participação de acionistas minoritários.

► Distribuição da Riqueza Gerada



► Distribuição da Riqueza Gerada



Demonstração consolidada do valor adicionado	12/2009	12/2008
Receita total com IOF (Riqueza gerada)	4.671.502	4.015.423
De Prêmios de Seguros + Receitas Operacionais de Seguros	4.244.904	3.569.524
De Planos Previdenciários + Receitas Operacionais de Prev. Complementar	291.670	218.073
De Planos Capitalização + Receitas Operacionais de Capitalização	16.646	688
(-) Cessões e Repasses p/ Congêneres	(471.358)	(308.408)
(+) Receitas s/ Aplicações Financeiras	438.502	397.380
(+) IOF (sobre Prêmios de Seguros)	151.138	138.166
Custos e devoluções de atividade	(1.947.118)	(1.642.499)
Custo Final da Preservação da Riqueza Segurada (Sinistros Líquidos)	(1.787.387)	(1.506.112)
Benefícios Pagos e Resgates + Remuneração Complementar aos Planos Previdenciários (Excedente Financeiro)	(159.731)	(136.387)
Aumento das reservas e da poupança acumulada	(392.992)	(332.580)
Aumento das Reservas para Preservação da Riqueza Segurada	(392.992)	(332.580)
Acumulação das Reservas dos Planos Previdenciários	-	-
VALOR ADICIONADO BRUTO	2.331.392	2.040.344
Custo do valor adicionado	(1.530.627)	(1.359.452)
(-) Comissões Pagas aos Corretores	(901.869)	(708.937)
(-) Marketing	(3.748)	(4.624)
(-) Serviços Contratados de Terceiros	(112.230)	(80.869)
(-) Despesas Gerais	(512.780)	(565.022)
Valor adicionado por terceiros	(3.819)	10.751
Resultado Não Operacional	3.542	(100)
Valor Adicionado Recebido em Transferência	(7.361)	10.851
VALOR ADICIONADO À DISPOSIÇÃO DA MAPFRE	796.947	691.643
Distribuição do valor adicionado à disposição da MAPFRE	12/2009	12/2008
Remuneração do trabalho	(202.880)	(191.236)
Remunerações	(120.570)	(117.253)
Encargos Sociais	(38.251)	(35.463)
Benefícios	(44.059)	(38.520)
REMUNERAÇÃO DO GOVERNO	(348.182)	(281.813)
Tributos e Contribuições	(103.138)	(85.210)
PIS	(8.674)	(11.661)
COFINS	(53.274)	(71.940)
CPMF	-	-
CSLL	(41.190)	(1.609)
Impostos e Taxas	(245.044)	(196.603)
IRPJ	(65.355)	(50.371)
IOF (sobre Prêmios de Seguros)	(151.138)	(138.166)
Outros	(28.551)	(8.066)
Dividendos	(103.226)	(113.900)
Valor retido	(142.659)	(104.694)
Incorporação ao Patrimônio Líquido (*)	(142.659)	(104.694)
Distribuição do valor adicionado a disposição da MAPFRE	(796.947)	(691.643)

(*) Considerou-se a participação de acionistas minoritários



4.5 Ativos Intangíveis

Para destacar-se no mercado de seguros, caracterizado pela forte competitividade, a MAPFRE adota um posicionamento inovador, procurando sempre entender e se antecipar às necessidades de seus clientes e parceiros.

Ao oferecer mais de 80 soluções personalizadas em seguros, a Empresa busca atender às diferentes demandas do mercado preservando, no entanto, uma importante característica: a de ser especialista em tudo o que faz.

Esse posicionamento capacita a MAPFRE para a criação de valores e ativos intangíveis que possam ser percebidos por seus diferentes stakeholders: colaboradores, corretores, segurados, parceiros de negócio e comunidade.

POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO

— Oferta Global/Multiprodutos – A MAPFRE oferece mais de 80 soluções personalizadas em seguros, assistência, atividades financeiras e serviços, o que lhe permite atender a praticamente todas as necessidades em seguros de clientes pessoas físicas ou jurídicas.

— Atuação Multicanal, com vasta presença territorial – Com uma presença física regionalizada, sustentada por 122 sucursais distribuídas em todo o território nacional, a MAPFRE procura estar próxima ao consumidor final e ao distribuidor (corretor de seguros) para entender e conhecer as necessidades das diferentes culturas do País.

— Atendimento Diferenciado – Mesmo sendo uma multinacional, com atuação em âmbito nacional, a MAPFRE procura preservar as características regionais das localidades onde está presente. Essa preocupação é reforçada em cada uma das sucursais, que contam com profissionais contratados localmente, para estreitar ainda mais o relacionamento com os corretores e clientes.

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

SEGURADO

— AutoMais – Nas unidades do AutoMais Serviços, centros automotivos com conceito diferenciado de atendimento, os segurados da MAPFRE podem realizar aviso de sinistro e obter aprovação dos reparos em até 30 minutos. Além disso, a MAPFRE conta com mais de mil oficinas referenciadas para garantir comodidade aos clientes.

— Guinchos – Para garantir o atendimento de seus segurados, a MAPFRE conta com uma ampla rede cadastrada de prestadores de serviço em todo o País.

— SIM 24h – O contato com o segurado é mantido pela Central de Relacionamento – SIM 24h, que atua como um centro de resultados, oferecendo atendimento ativo e orientando de forma diferenciada segurados, corretores e terceiros.

— Defensor do Segurado – Na MAPFRE, os direitos dos clientes são protegidos por um profissional isento e independente, que atua como ouvidor e ombudsman e se reporta diretamente ao Grupo MAPFRE na Espanha: o Defensor do Segurado. Ele trabalha para garantir a equidade nas relações, deferir ou indeferir as reclamações e sugerir ajustes para a melhoria dos produtos e serviços da Empresa, a partir de informações captadas com os clientes.

— Compromisso – Em caso de perda total, a MAPFRE mantém um compromisso, registrado em cartório, de que a indenização será feita em até cinco dias úteis para os segurados de automóvel e em até 10 dias úteis para os seguros de residência, contados a partir da apresentação da documentação completa à seguradora.

CORRETORES

— Sucursais – Para garantir o atendimento e facilitar o relacionamento com seus 11.284 corretores em todo o Brasil, a MAPFRE conta com 122 sucursais, localizadas principalmente em cidades do interior dos estados.

— Formação e Treinamento – Por meio do MAPFRE Centro de Formação para Corretores, criado em 2006, a Empresa oferece cursos de aperfeiçoamento e capacitação para sua base de corretores, garantindo a qualificação e a atualização de seus parceiros comerciais sobre os produtos e serviços da MAPFRE.

— Campanhas – As campanhas de incentivo e promoções direcionadas aos corretores são uma forma de fortalecer o relacionamento, incentivar as vendas e reconhecer as atividades desenvolvidas por esses profissionais.

— Comunicação – A Empresa publica a revista trimestral Negócios MAPFRE, direcionada aos corretores, que trata a informação como ferramenta de venda, com dicas e novidades sobre o mercado.

— Tecnologia – Para facilitar o relacionamento e dar suporte no dia-a-dia do corretor, a MAPFRE oferece uma moderna infra-estrutura tecnológica, composta por diversas ferramentas como o portal de relacionamento MAPFRE Connect; o consultor de negócios virtual Max MAPFRE, que fornece serviços via e-mail; e uma equipe de help desk, que oferece suporte técnico sobre sistemas de informática.

SOCIEDADE

— Atendimento à População – Ciente da importância de seu papel como agente transformador da sociedade, a MAPFRE desenvolve ações relacionadas ao negócio, com foco em responsabilidade social. Uma delas é a prestação de serviços preventivos nas unidades AutoMais, onde qualquer motorista pode fazer um check-up gratuito em seu veículo. Esse serviço também é oferecido nas

Unidades Móveis de Check-up, que percorrem o País para atender à população. Além disso, as 122 sucursais da Empresa atendem e prestam orientação a qualquer vítima de sinistros automotivos, segurados ou não, que deseje solicitar indenização do DPVAT (Seguro Obrigatório de Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Via Terrestre). **(GRI 4.12)**

— Cesvi Brasil – A atuação da MAPFRE foi decisiva para a criação do Cesvi Brasil (Centro de Experimentação e Segurança Viária), o primeiro centro de pesquisa da América Latina dedicado ao estudo da reparação automotiva. Seu objetivo é estudar, avaliar e oferecer soluções para os trabalhos de reparação, contribuindo para a prevenção de acidentes.

— Produtos conscientes – A MAPFRE oferece dois produtos com ênfase para a questão social: o Fundo de Previdência MAPFRE Governance, que destina 5% da taxa de administração para a APAE/SP (Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais de São Paulo) e o AACD MAPFRE DI, um fundo de investimento que destina 70% da taxa de administração à AACD (Associação de Assistência à Criança Deficiente).

— FUNDACIÓN MAPFRE – A FUNDACIÓN MAPFRE é responsável por fomentar a segurança, com especial atenção à Segurança Viária; promover a docência e a divulgação científica no campo da Prevenção, Saúde e Meio Ambiente; fomentar a difusão da Cultura, das Artes e das Letras; fomentar a investigação e a divulgação do conhecimento em relação à História comum da Espanha, Portugal e dos países vinculados a eles por laços históricos; contribuir, com outras ações, para reduzir as necessidades dos segmentos menos favorecidos da população; promover a formação e a pesquisa aplicada no âmbito do Seguro, da Gerência de Riscos e áreas afins.

GESTÃO DO CONHECIMENTO

Além de incentivar a capacitação e a constante atualização profissional de seus colaboradores, a MAPFRE também investe na disseminação da informação entre sua equipe. Esse posicionamento é materializado por meio do MAPFRE Centro de Gestão do Conhecimento, um espaço concebido para consolidar a cultura de alta performance, bem como estimular o desenvolvimento e o treinamento dos colaboradores.

FERRAMENTAS DE GESTÃO

A MAPFRE adota metodologias e ferramentas gerenciais que contribuem para garantir consistência e alinhamento ao planejamento estratégico, consolidar seu posicionamento no mercado segurador, além de promover o conceito de alta performance entre sua equipe:

— Seis Sigma – adotada há nove anos com foco na melhoria de processos e na eliminação sistemática de falhas. Ao final de 2009, a MAPFRE contava com 800 colaboradores capacitados na metodologia Seis Sigma, sendo 725 Yellow Belt's, 88 Green Belt's, 8 Black Belt's, 13 DFSS (*Design for Six Sigma*) e 39 Seis Sigma Executivos.

— Filosofia Learn Enterprise – focada no conceito de administração enxuta, com uma estrutura baseada em gestão de soluções simples e em unidades de negócios.

— BSC (*Balanced ScoreCard*) – utilizado na construção do planejamento estratégico anual, em linha com o SGD (Sistema de Gerenciamento de Desempenho) adotado pela Companhia

4.6 Gestão de Riscos (GRI 1.2)

Em linha com a regulamentação vigente e com as políticas corporativas mundiais, a MAPFRE conta com um sistema de controles internos, constantemente aperfeiçoado, que segue as diretrizes do modelo internacional COSO II-ERM.

Na essência dessa metodologia está a Gestão de Riscos, cujo objetivo é garantir a conquista dos objetivos estratégicos e minimizar ou eliminar perdas em caso de contingências de mercado ou nas operações. O foco desse processo está na avaliação dos principais riscos e no monitoramento da conformidade (compliance), nos âmbitos operacional e financeiro.

Como resultado, são elaborados planos de ação específicos para que eventuais oportunidades de melhoria sejam implementadas nas atividades de controle ou para corrigir eventuais desvios. Paralelamente, também é promovido o fortalecimento do processo interno de comunicação para gerar um ambiente de controle condizente com a importância dos negócios.

A avaliação da qualidade dos elementos que formam o sistema de controle interno (estabelecimento de objetivos estratégicos, gestão de riscos operacionais, atividades de controle, comunicação interna e ambiente de controle), bem como a consequente identificação de oportunidades de melhoria, são feitas de forma sistemática e isenta pela área de Auditoria Interna, que responde diretamente à holding e ao Conselho de Administração. A área também é responsável por testar a conformidade dos negócios e atividades do Grupo, sob o conceito de *compliance*. **(GRI 4.9)**

RISCOS OPERACIONAIS

O processo de Gestão de Riscos Operacionais da MAPFRE permite identificar, avaliar e dar resposta às ameaças, externas e internas, aos objetivos estratégicos e às operações, além de manter atualizadas as atividades de controle de prevenção de riscos não aceitos e de detecção de riscos residuais. **(GRI 4.11)**

O processo de gestão dos riscos operacionais da MAPFRE é coordenado pela holding, na Espanha, por meio de um aplicativo exclusivo denominado Riskm@p, que está baseado em cerca de 600 fatores de risco previamente identificados,

distribuídos por tipos de risco, por áreas de risco e por processos e subprocessos operacionais. Cada um dos fatores de risco é avaliado periodicamente pela maioria dos gestores, mediante um processo *control-self assesement*, que resulta em mapas de risco que permitem visualizar as variáveis como probabilidade de ocorrência, importância relativa e grau de controle de cada risco avaliado.

A partir dessa visão e de um estreito acompanhamento da holding, são estabelecidas ações que buscam manter em equilíbrio os níveis das três variáveis, estabelecidos em cinco degraus (de muito baixo a muito alto). Além de serem obtidos por tipo de risco, por processo ou por subprocesso, os mapas de risco também podem ser visualizados desde um setor de negócio (Automóvel, Vida, Ramos Elementares, Garantia, Previdência, etc.), de uma atividade de *back-office* (Recursos Humanos, Jurídico, Controladoria, Investimentos, etc.) ou até de uma posição consolidada do Grupo, passando em cada uma das empresas que o compõem.

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

RISCOS FINANCEIROS

RISCO DE MERCADO

Para se proteger das oscilações e volatilidade nos preços dos ativos bem como reduzir sua exposição aos riscos de mercado, a MAPFRE conta com políticas rígidas de controle e estratégias previamente estabelecidas e aprovadas pelo Comitê Executivo e pelo Conselho de Administração. Todas as operações são controladas com as ferramentas *Stress Testing* e *Value At Risk* e, posteriormente, confrontadas com a política de controle de risco adotada, de *Stop Loss*. Além disso, apenas 5% dos recursos podem ser aplicados em papéis com riscos.

RISCO DE CRÉDITO

Na MAPFRE, qualquer risco de crédito, antes de ser inserido na carteira, deve ser aprovado pelo Comitê de Estratégia Financeira, que se reúne quinzenalmente. Além disso, o crédito precisa ter um rating mínimo local, nível A, das agências Standard & Poors ou Moodys.

RISCO DE LIQUIDEZ

A liquidez de recursos é garantida por um acompanhamento e controle minuciosos das tendências das carteiras da Empresa, que antecipa qualquer medida necessária para evitar perdas.

RISCO DE MOEDA

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

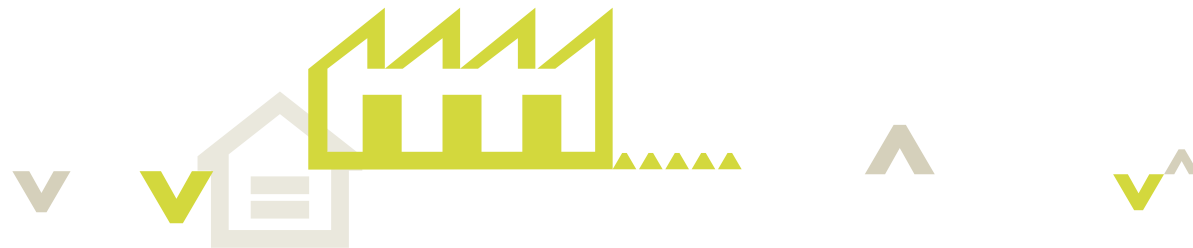


5 Dimensão Social



LUC – FOCO DO E FOCO NO CLIENTE

O cliente é o referencial para as tomadas de decisões. É a partir dos seus anseios que a MAPFRE poderá direcionar sua atuação para acertar mais ou errar menos.



▶ 5.1 MAPFRE e seus Colaboradores

Ao final de 2009, a MAPFRE mantinha 2.611 colaboradores. Durante o ano, 723 novos colaboradores foram integrados à MAPFRE, que também valoriza o primeiro emprego e oferece oportunidade para os jovens: em 2009, 35 pessoas foram efetivadas e ingressaram na Empresa como estagiários e aprendizes. A taxa de rotatividade registrada no ano foi de 18,54%, com um índice de permanência média de quatro anos.

Em novembro de 2009 se formou na Espanha um Grupo de Trabalho para o Deficiente, no qual estão representadas as Unidades de Negócio e empresas da MAPFRE, a fim de abordar transversalmente as questões da deficiência em todos os âmbitos da organização (emprego, compras, acessibilidade, etc) e promover ações coordenadas neste assunto, tanto no trabalho de integração das pessoas com deficiência como para o desenvolvimento de produtos e serviços da MAPFRE destinados a este público. A Espanha conta com 265 colaboradores com deficiência e, o Brasil, com 103.

Os valores de negócios no Código de Boa Governança da MAPFRE são as referências que devem nortear a conduta de todos os colaboradores. No ano de 2009 foi aprovado um Código de Ética e Bons Costumes, que visa que o comportamento de todas as pessoas que fazem parte do Grupo MAPFRE reflita os valores corporativos e princípios de atuação do Grupo. Para isso, estabelece orientações básicas de conduta baseadas nos seguintes princípios:

- Respeito mútuo entre todas as pessoas.
- Compromisso das pessoas com seu trabalho e com a empresa.
- Vontade de realizar o trabalho da melhor forma possível.
- Solidariedade e cooperação com seus pares e com a sociedade.
- Integridade.
- Cumprimento à lei.

Compromisso com os Colaboradores

Em 2009, a MAPFRE reforçou seu compromisso com o desenvolvimento do ambiente de trabalho, com foco no tripé: clima organizacional, reconhecimento pessoal e profissional, e ambiente de alta performance.

A partir de uma orientação corporativa, todas as áreas da Empresa foram

estimuladas a desenvolver ações específicas para contribuir com a melhoria do ambiente de trabalho e, conseqüentemente, do índice de satisfação dos colaboradores. Cada gestor teve liberdade para motivar sua equipe de trabalho da forma mais adequada à sua área, familiarizando todos os colaboradores com a estratégia de negócios da MAPFRE. Entre as atividades desenvolvidas para garantir aproximação e motivação, destacaram-se as dinâmicas de grupo com apresentações sobre as vidas e aspirações futuras dos colaboradores, além de rodadas de café-da-manhã com os diretores para conversas informais e troca de experiências.

Em novembro de 2009, os colaboradores responderam à pesquisa de clima organizacional baseada nos critérios definidos pelo *Great Place do Work Institute*. A percepção dos colaboradores, cuja participação na pesquisa foi maior em relação à edição anterior, foi avaliada a partir de critérios como credibilidade, respeito, imparcialidade, camaradagem e orgulho. Como resultado, a MAPFRE marcou presença entre as 100 melhores empresas para se trabalhar, com 79% de satisfação dos colaboradores, além de obter a 10ª posição entre as melhores empresas para se trabalhar para executivos.



Integração, Comunicação e Qualidade de Vida

A MAPFRE está atenta à forma como o colaborador se relaciona com as pessoas à sua volta e o seu ambiente de trabalho. Por isso, para garantir um bom ambiente de trabalho e um clima organizacional propício ao desenvolvimento, promove ações de integração, comunicação e qualidade de vida para seus colaboradores.

Para garantir a aproximação da alta gestão com os colaboradores, em uma comunicação aberta e direta, é realizado todo ano o Encontro de Negócios com o Presidente, onde são apresentados os resultados da Organização e os rumos e perspectivas para os próximos meses. Em 2009, foi realizada a sexta edição do evento, que contou com a participação de mais de 1,7 mil colaboradores da matriz e Grande São Paulo.

Outro exemplo da busca constante por aproximação e integração foi a incorporação da equipe da Vida Seguradora, adquirida em 2008 pela MAPFRE. Em agosto de 2009, foi realizado um evento de boas vindas e integração para os colaboradores da Vida Seguradora, sediados do Rio de Janeiro. O objetivo do evento foi aproximar os novos colaboradores com os valores da MAPFRE, além de proporcionar um momento de importantes discussões de alinhamento de negócios, relacionamento e trabalho em equipe, promovendo a sinergia das áreas.

Para estreitar o relacionamento com os colaboradores, a MAPFRE mantém dois importantes canais de comunicação: o PAM (Papo Aberto MAPFRE) e o POP (Programa de Ouvidoria e Papo). Em 2009, o POP foi reestruturado, com o objetivo

de melhorar a qualidade e o número de atendimentos. Durante o ano, o POP registrou 10.312 atendimentos e 17.559 dicas e orientações.

A Empresa conta ainda com outros meios de comunicação como a Intranet, disponível tanto para colaboradores como para prestadores de serviços, onde estão concentradas as informações macro relacionadas ao planejamento das atividades de cada área; o Fique Ligado, um boletim enviado por e-mail aos colaboradores, com informações sobre a rotina operacional da rede MAPFRE e da matriz; um mural que semanalmente apresenta informativos com temas distintos sobre cultura, profissões, economia, qualidade de vida, entre outros; e a Rádio Notícias, um canal diferenciado e interativo de informações, que são transmitidas pelos próprios colaboradores.

A MAPFRE também investe na realização de atividades que visam ao bem-estar físico e emocional dos profissionais. Um exemplo disso é o Programa de Qualidade de Vida criado para despertar nos colaboradores a importância das atividades físicas em seu dia-a-dia. Em 2009, foi realizada a quarta edição do programa, que envolveu a realização de diversas ações como Vigilantes do Peso, Incentivo a Corridas, "Cãominhada", Trilha Ecológica, Nutricionista na Casa Central, entre outras.

Diversidade e Inclusão

A MAPFRE mantém o seu compromisso com a valorização da diversidade, propiciando um ambiente respeitoso, garantindo oportunidades iguais para todos e apoiando a estratégia empresarial, sempre em conformidade com os direitos humanos. Desde o momento da integração, esses colaboradores recebem informações sobre o posicionamento da Empresa com relação ao respeito e à valorização da diversidade.

Para garantir a inclusão desse público, a MAPFRE mantém uma Gerência de Diversidade que faz o acompanhamento dos colaboradores com deficiência recém contratados, bem como de suas equipes e gestores, para garantir que o processo de inclusão aconteça de maneira plena, com adaptação e desenvolvimento destes profissionais. A área também foi responsável pela realização, em 2009, de diversas ações com foco na valorização da diversidade: **(GRI HR4)**

— Para garantir a integração e participação de pessoas com deficiência auditiva/surdez, a MAPFRE disponibilizou, em 2009, um Curso de Libras para 40 colaboradores ouvintes da Diretoria de Operações (área onde atualmente trabalham estes colaboradores) e Diretoria de Recursos Humanos (área responsável por selecionar, admitir e integrar estes profissionais).

— Em 2009 foi realizado, a cada bimestre, o Encontro dos Colaboradores com Deficiência, com a participação de todos os profissionais com deficiência que

atuam na capital e arredores. Além de promover a integração dos recém chegados, o encontro propicia o desenvolvimento dos participantes a partir de temas como superação, informação, estrutura empresarial, negócios e clientes.

— No dia Internacional do Deficiente Físico (3 de dezembro), todos os colaboradores com deficiência receberam o livro: Quero lhe dizer: Obrigado!, que contém mensagens de agradecimento, para que pudessem entregar (neste dia) a alguém em especial ou à equipe inteira como forma de reconhecimento.

— Os colaboradores do SIM 24h e da Diretoria de Operações, totalizando 370 profissionais, participaram de uma sensibilização sobre a inclusão de pessoas com deficiência, para que pudessem compreender o universo dos colegas de trabalho que possuem algum tipo de deficiência, além de trazer informação sobre a forma correta de conduzir um cego e se relacionar com um surdo, por exemplo.

— Os cursos disponíveis no Aprendendo a Aprender foram traduzidos para que os colaboradores surdos pudessem compreender a íntegra destes conteúdos, e assim, aprimorar seus conhecimentos. E, para que os colaboradores com deficiência visual também pudessem realizar o treinamento Seis Sigma, foi confeccionado um áudio-livro da versão impressa do livro "Quem Comeu meu Hambúrguer", que faz parte do conteúdo aplicado neste treinamento.

— Todos os encontros, workshops e reuniões realizados no ano contaram com a presença de um intérprete de libras, para que os colaboradores surdos pudessem compreender na íntegra as informações fornecidas, mantendo-se atualizados e participativos.

— Foi criado um grupo de e-mails, denominado Diversidade PcD, como um canal de comunicação entre todos os 103 colaboradores com deficiência que trabalham na MAPFRE, para possibilitar a troca de informações e dicas de interesse do grupo, bem como sugestões de melhoria que dão direcionamento às ações da Gerência de Diversidade.

— A MAPFRE propiciou aos seus colaboradores homossexuais a possibilidade de incluir seus parceiros nos planos de saúde e odontológico mediante a apresentação da declaração de convivência marital.

Desenvolvimento e Formação

Para incentivar a qualificação profissional de sua equipe, a MAPFRE promove cursos e treinamentos internos, mantém parcerias com universidades para graduação e pós-graduação e, em 2009, passou a oferecer também cursos de idiomas.

As ações de treinamento visam ao desenvolvimento das competências requeridas pelo negócio e são realizadas por meio de atividades internas, externas e de e-learning. Em 2009, 6.150 colaboradores participaram das 63.945 horas de



treinamento promovidas pela Empresa, que resultaram em uma média de 24,47 horas de treinamento por colaborador. Durante o ano, também foi realizada a formatura da terceira turma do MBA FGV (Fundação Getúlio Vargas), totalizando 120 formandos desde o início do programa. **[GRI LA10]**

A MAPFRE também adota um modelo de gestão de desempenho, cujo objetivo principal é identificar e compreender a real contribuição de cada colaborador para as conquistas da Organização. Por meio do Sistema de Gestão de Resultados, são observados tanto o rendimento de cada colaborador (cumprimento de objetivos), como seu comportamento (competências, condutas, atitudes, habilidades). Com isso, é possível acompanhar a evolução do profissional (metas e competências) e, a partir das informações levantadas, reconhecer o desempenho individual, propor melhorias e o desenvolvimento de habilidades (Plano de Desenvolvimento Individual). **[GRI LA12]**

O Programa Aprendiz contou com uma média de um aprendiz sendo efetivado por mês como colaborador. Foram recrutados jovens com idades entre 14 e 18 anos, em parceria com diversas instituições assistenciais cadastradas nos Conselhos Municipais de Crianças e Adolescentes. Em 2009, 60 aprendizes participaram do programa em todo o Brasil.

Cidadania

O Programa MAPFRE Ação Social tem como principal objetivo motivar o colaborador a contribuir para o desenvolvimento da sociedade. Em 2009, a partir das mais de 29 mil doações realizadas, foram promovidas 65 ações nas entidades escolhidas pela campanha. Como prêmio, a equipe de colaboradores que conseguiu levantar mais doações escolheu uma entidade para receber uma doação de R\$ 20 mil feita pela MAPFRE.

Remuneração e Benefícios

Entre os benefícios oferecidos pela MAPFRE aos seus colaboradores, destacam-se o seguro de vida, seguro decesso, plano de previdência privada, empréstimo consignado e complemento salarial. Em 2009, foi lançado o Prev Niño, plano de previdência para os bebês filhos de colaboradores, no valor de R\$ 300,00. Durante o ano, a Empresa passou a oferecer planos de assistência médica e odontológica aos estagiários. Além disso, conta com o POP, composto de programas de aconselhamento, assistência social, anti-stress, nutricionista, mapeamento de saúde, prevenção e controle de risco para os colaboradores, familiares e membros da comunidade. **[GRI LA03, LA08]**

Os colaboradores da MAPFRE têm livre direito de associação e negociação coletiva e todos estão cobertos pelas negociações coletivas fechadas com os

sindicatos. Em caso de mudanças organizacionais, há especificações nos convênios coletivos e aviso prévio para os colaboradores. **[GRI HR5, LA4, LA5]**

O MAPFRE PREV, plano de previdência privada baseado em contribuição definida (a reserva acumulada definirá o valor do benefício futuro), possui coberturas de risco para os colaboradores, que podem ser contratadas opcionalmente, com possibilidade de escolha do valor do benefício do risco. **[GRI EC3]**

Em 2009, não foram registrados na MAPFRE casos de discriminação, nem multas e sanções não-monetárias resultantes da não conformidade com leis e regulamentos. **[GRI SO8]**

▶ 5.2 MAPFRE e seus Clientes

Construir relações sustentáveis com seus clientes, compreendendo suas necessidades para, dessa forma, prestar serviços com qualidade a custos competitivos. A partir desse objetivo central, a MAPFRE oferece uma linha de produtos adaptados às demandas de públicos específicos e mantém uma atuação perante seus clientes direcionada para quatro âmbitos:

- Atendimento às necessidades dos clientes.
- Acesso a produtos e serviços financeiros.
- Desenvolvimento de produtos e inovações.
- Aproximação, comunicação e fidelização de clientes.

Atendimento às Necessidades dos Clientes

Em 2009, a busca da MAPFRE por entender as demandas do cliente para melhor atendê-lo com serviços e proteção adequados às suas necessidades foi intensificada com a criação do LUC (Leste Único Compartilhado).

O conceito busca demonstrar que o resultado positivo da Empresa está diretamente associado à satisfação de 100% dos clientes. Para transformar essa meta em realidade, foram iniciados seis projetos, que abrangem diversas áreas da MAPFRE. Um exemplo dessas iniciativas foram as ações de melhoria implementadas no atendimento ao segurado, via central de atendimento, que reduziram a fila de espera de clientes que necessitam de serviços após a ocorrência de sinistros.



Esta estratégia também pode ser visualizada por meio da iniciativa Modelagem Online, desenvolvida em 2008 e implantada em 2009, em que a cotação de seguros foi atualizada, permitindo que o perfil do segurado seja consultado antes que o corretor faça a proposta ao cliente. Esse artifício permitiu à MAPFRE fazer as devidas alterações e melhorias no produto, sem deixar de atender ao cliente.

Acesso a Produtos e Serviços Financeiros

Para garantir o acesso a públicos tradicionalmente não atendidos pelo mercado segurador, a MAPFRE tem participado em comissões da Fenaprevi (Federação Nacional de Previdência Privada e Vida) e eventos internacionais, que tratam do desenvolvimento e da formalização do mercado de microsseguros, direcionado a esse perfil de cliente. A MAPFRE colabora com sugestões de atuação para este tipo de seguro, a fim de contribuir para a sua regulamentação em toda a América Latina. **(GRI FS1)**

Ao mesmo tempo, a Empresa já investe neste tipo de seguro, de baixo valor, há diversos anos. Em 2009, o PASI (Plano de Amparo Social Imediato) completou 20 anos de atuação no Brasil, como o mais antigo seguro social com características de seguro de baixo valor. O PASI, que nasceu na MAPFRE como uma forma de atendimento a trabalhadores da área de Construção Civil, vem sendo estendido a diversos segmentos desde então. Em 2009, os prêmios emitidos totalizaram R\$ 34,13 milhões para 615.333 segurados, com prêmio anual médio por vida de R\$ 58,14.

Outro produto focado no segmento de baixo valor é o CrediAmigo, programa de microcrédito destinado a pessoas físicas ligado ao BND (Banco do Nordeste). Em 2009, o produto foi reformulado, o que possibilitou crescimento e aumento da importância de toda a linha de microfinanças. Em caso de morte, o CrediAmigo garante o pagamento de uma indenização aos beneficiários indicados na proposta de adesão que, automaticamente, recebem um valor para ajuda nas despesas do funeral. Em 2009, os prêmios emitidos pelo CrediAmigo somaram R\$ 2,72 milhões para 134.700 segurados, com prêmio anual médio de R\$ 24,66 por vida.

A MAPFRE também oferece um produto específico para atender às demandas das classes C e D. Desenvolvido no final de 2008 e implementado em 2009, o Vida Protegida e Premiada é comercializado em parceria com uma grande rede varejista e oferece proteção, cobrindo acidentes em transportes públicos, 10 dias de diárias em hospital (conforme valor pago pelo segurado), cestas básicas para a família e descontos de até 50% na compra de medicamentos na rede de farmácias conveniada, além de sorteios de títulos de capitalização. **(GRI FS7, GRI FS13)**

Desenvolvimento de Produtos e Inovações

Em 2009, os seguros internacionais em riscos industriais e aviação oferecidos pela MAPFRE foram intensificados a partir da aliança firmada com a MAPFRE

Global Risks, com destaque para o segmento de aeronáutica, no qual o Brasil é responsável pela segunda maior frota do mundo, incluindo aeronaves comerciais e privadas e helicópteros.

Além disso, visando à melhoria contínua dos produtos e serviços oferecidos aos clientes, alguns produtos como o Vida Você Multiflex, Vida Você Super Fácil e Vida Mulher foram reformulados para atender às necessidades específicas dos segurados. Os clientes de alta renda também foram atendidos por meio da estruturação e aperfeiçoamento da equipe de relacionamento permanente, especializada no atendimento a este perfil de público específico.

A MAPFRE desenvolve uma pesquisa permanente para desenhar novos produtos. A tabela abaixo mostra os produtos lançados no mercado em 2009:

Produto	Descrição
Pecúário	Cobertura de morte para bovinos e bubalinos para os riscos cobertos pelo seguro.
RC Ambiental	Seguro de cargas com cobertura e assistência ambiental integradas, com ênfase na prevenção e no gerenciamento do processo de atendimento a emergências.
Residencial Multiflex	Seguro flexível de coberturas e serviços que se adaptam de acordo com o perfil de cada cliente.
Residencial Simplificado	Um produto completo, de fácil manuseio e rápida comercialização contendo até seis combinados de planos, por tipo de imóvel (Casa e/ou Apartamento). A montagem dos combinados é de acordo com a necessidade do público-alvo do Parceiro de Negócio, oferecendo toda a proteção e tranquilidade para a residência e a família.
Aparelhos Portáteis	Garante ao segurado a reposição do bem. É mais proteção para o segurado poder utilizar o bem segurado, seja ele um aparelho celular, um notebook ou até mesmo um aparelho GPS.
Garantia Estendida Veículos	Independente da modalidade da garantia contratada, é garantido, até o limite máximo de indenização, o serviço de reparo (mão-de-obra e peças) e/ou substituição do componente segurado pela ocorrência dos eventos previstos e cobertos no seguro.
Vida Você Multiflex	Seguro de vida flexível, comercializado individualmente, que visa garantir o pagamento de um valor caso ocorra um dos eventos cobertos. Oferece várias formas de contratação e múltiplos benefícios e o cliente conta com coberturas de vida, acidentes pessoais e doenças graves, podendo combiná-las de forma a atender suas necessidades.
Vida Empresa Global	Seguro de vida comercializado para micro e pequenas empresas. Sua principal característica é a possibilidade da empresa contratar um "Capital Segurado Global" que, em caso de sinistro, será dividido uniformemente entre funcionários e sócios.
Vida Você Special	Seguro de vida em grupo, comercializado individualmente, voltado para quem precisa contratar capitais segurados elevados (a partir de R\$1.000.000,00) e deseja pagar o preço justo por isto.
MAPFRE Previdência Barcelona	Uma alternativa inteligente para garantir o futuro, com todas as vantagens de um fundo de investimento, com um plano personalizado de acordo com o modelo de declaração de Imposto de Renda que o cliente utiliza.

Aproximação, Comunicação e Fidelização de Clientes

Para estreitar o relacionamento e garantir um atendimento mais personalizado aos seus clientes, a MAPFRE oferece uma série de serviços e vantagens aos segurados. Em 2009, esse posicionamento foi reforçado com a introdução de alguns serviços como liberação de vistoria prévia e liberação no ato de carro reserva, oferecidos pelo AutoMais Serviços em 10 sucursais da MAPFRE, sendo dois AutoMais comum (realizam check-up) e oito AutoMais light (apenas sinistro e perícia). Com isso, a Empresa ampliou a oferta de serviços em localidades onde não há demanda suficiente para a instalação de um grande centro automotivo, atendendo de maneira mais próxima às demandas dos clientes. **(GRI EC8)**

O CLUB MAPFRE é um programa que tem como objetivo primário estruturar e potencializar o relacionamento com os clientes, corretores e fornecedores do Grupo MAPFRE. Como investimento na identidade da marca, toda a papelaria enviada ao segurado, referente a todos os tipos de produto, foi unificada para o CLUB MAPFRE. Para os próximos anos, a meta da MAPFRE é expandir o conceito do CLUB MAPFRE para toda a base de clientes no Brasil, além dos corretores e parceiros de negócios.

Outra forma encontrada pela MAPFRE para estreitar o relacionamento com os clientes foi com a criação, em 2009, do Rede MAPFRE Mulher, um site com informações e histórias que buscam facilitar a vida de suas clientes, corretoras e das mulheres em geral. Durante o ano, também foi desenvolvido um curso de direção defensiva para jovens e clientes com frotas seguradas pela MAPFRE. Previsto para ser implementado em 2010, o curso será realizado via e-learning e contará com materiais em DVD para atendimento das estruturas sem acesso à Internet. Ao final do curso, o participante realizará uma prova presencial na sucursal da MAPFRE mais próxima e receberá um certificado assinado pela FUNDACIÓN MAPFRE e pelo Senac, parceiro nesta iniciativa que visa contribuir com a redução do número de acidentes no Brasil.

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

▶ 5.3 MAPFRE e seus Corretores e Parceiros de Negócio

A preocupação da MAPFRE com o desenvolvimento de uma atuação comercial equilibrada e sustentável vai além da relação que a Empresa mantém com seus colaboradores e clientes. Em linha com um de seus princípios de responsabilidade social corporativa, a MAPFRE procura desenvolver seus parceiros de negócio e fomentar a sustentabilidade em toda a cadeia de valor, principalmente na rede de corretores, serviços de assistência e apoio ao segurado e fornecedores do grupo. A atuação da Empresa na cadeia de valor é dividida em quatro aspectos:

- Desenvolvimento dos parceiros de negócios e corretores.
- Relacionamento.
- Fomento de sustentabilidade na cadeia de valor.
- Minimização de impactos ambientais na cadeia de valor.

Desenvolvimento dos Parceiros de Negócios e Corretores

Para fomentar o desenvolvimento e a atualização profissional de sua rede de corretores, a MAPFRE mantém, em parceria com o SENAC-SP (Serviço Nacional de Aprendizagem Social), o Centro MAPFRE de Formação de Corretores. Com essa plataforma de treinamento, já foram realizadas mais 50 mil horas de cursos de formação, tanto presenciais como à distância, além das capacitações desenvolvidas pelas sucursais em todo o Brasil. Somente em 2009, foram promovidas 83.700 horas de treinamento para área comercial e corretores, contemplando aproximadamente 36 mil profissionais. **(GRI LA10)**

Como ferramenta de complemento à formação de corretores, a MAPFRE disponibiliza, a cada trimestre, a Revista Negócios, nas versões impressa e eletrônica, que aborda assuntos e tendências do segmento de seguros. Além disso, desenvolveu a newsletter Max MAPFRE, que informa os corretores sobre as notícias do mercado e serviços de seguro de sua região de atuação.

O Grupo MAPFRE ocupa a 21ª colocação entre as Melhores Companhias do Mundo 2009/ Global Top 40, segundo estudo publicado na revista Business Week. A Empresa é a única seguradora do mundo incluída na lista das 40 companhias que, segundo a publicação, “ganham terreno neste momento de recessão e se preparam para o futuro”.



Revista NEGÓCIOS MAPFRE

Durante o ano de 2009, a MAPFRE investiu também na qualificação e capacitação de seus corretores e parceiros de negócio, com a realização de treinamentos para formação de peritos. Desenvolvidos em conjunto pelo CESVI e por colaboradores da Diretoria de Automóvel da MAPFRE, os cursos foram direcionados para os parceiros que atuam nesta área, principalmente para as unidades que não possuem serviços Automais e contam com poucos peritos em suas imediações. Como resultado, os profissionais participantes foram qualificados e os índices de qualidade de serviço percebidos pelo cliente, aperfeiçoados. Para 2010, está prevista uma nova rodada de treinamentos nas sucursais, uma vez que grande parte deste grupo atua fora de escritórios e/ou não tem acesso à Internet. A expectativa é aproximar ainda mais os prestadores de serviço, fortalecendo o espírito de time em todo Grupo.

Relacionamento

Além de promover campanhas e capacitações técnicas, a MAPFRE também desenvolve iniciativas que geram resultados no longo prazo, como a construção de relacionamentos sustentáveis.

Uma ação com esse enfoque é o programa MEGA MAPFRE, que tem como objetivo desenvolver, sustentar e premiar relacionamentos de longo prazo, de forma a aumentar o conjunto de corretores parceiros da Empresa. Em 2009, foi registrado um incremento de 21% na quantidade de inscritos em relação a 2008.

Outra iniciativa é a Campanha Amigos do Peito, lançada em 2009 e que terá destaque em 2010 nas ações voltadas para a rede de prestadores de assistência. A iniciativa é



uma forma de promover a aproximação da MAPFRE com as empresas de capacitação dos vistoriadores, com as 1.026 Oficinas Mais e com os mais de 20 mil guincheiros que oferecem serviço 24 horas. O objetivo da campanha é a qualificação destes parceiros para a divulgação dos casos de sucesso profissional das equipes por meio de canais montados especialmente para esta ação, como o portal www.amigosdopeitomapfre.com.br, garantindo, dessa forma, a manutenção do relacionamento.

Fomento de Sustentabilidade na Cadeia de Valor

Para estimular a adoção de práticas socioambientalmente responsáveis entre seus parceiros de negócio e, dessa forma, reforçar o seu compromisso com a sustentabilidade, a MAPFRE desenvolveu o projeto Sustentabilidade na Cadeia de Valor. Com essa iniciativa, a Empresa quer identificar e disseminar as boas práticas socioambientais nos serviços prestados por seus principais parceiros de negócio, em ramos específicos.

Na prática, o projeto responde às diretrizes internacionais de Responsabilidade Social Corporativa da MAPFRE e aos princípios do Pacto Global (Global Compact) da ONU, do qual o Grupo MAPFRE é signatário.

Os principais parceiros de negócios da Empresa nas áreas de suprimentos, tecnologia e assistência recebem um questionário que aborda temas relacionados à prática de trabalho em condições adequadas, bem como os potenciais impactos socioambientais de cada serviço. Os resultados servem de subsídio para que a MAPFRE possa ampliar a solicitação de pré-requisitos socioambientais de seus fornecedores.

Atualmente, na contratação de seus parceiros de negócio, a MAPFRE não possui nenhum procedimento formalizado para a avaliação de critérios relacionados a direitos humanos. No entanto, a contratação de prestadores de serviços é respaldada pela solicitação de documentação específica, para garantir a contratação de mão de obra adulta e sem trabalho escravo, uma vez que os profissionais dessas empresas têm que ser registrados. Nos pedidos de compras, a MAPFRE ressalta o seu compromisso em relação aos direitos da criança e do adolescente. Além disso, adota políticas específicas para contribuir com a abolição do trabalho infantil e forçado ou análogo ao escravo, mediante inclusão de cláusulas próprias nas propostas e nos contratos que celebra. **[GRI HR6, HR7, HR1, HR2]**

Os parceiros de negócio da MAPFRE são selecionados por processo transparente e igualitário. Com a emissão de carta convite, os potenciais fornecedores participam dos processos de seleção e contratação, consulta ao Serasa, realização de visitas técnicas e análise de atestados de capacitação técnica. Sempre que possível, a MAPFRE privilegia a escolha de fornecedores locais, porém não contabiliza a participação destes fornecedores em sua base. **[GRI EC6]**

Minimização de Impactos Ambientais na Cadeia de Valor

Em linha com as demandas de seus parceiros de negócio, a MAPFRE, por meio do CESVI, desenvolveu a certificação ambiental de oficinas, que atesta que as oficinas e centros de reparo possuem processos ambientalmente responsáveis e contam com procedimentos de descarte e reparo adequados. Para isso, são analisados requisitos específicos sobre as questões ambientais em funilaria, pintura, mecânica e administração.

Em 2009, o CESVI desenvolveu ainda estudos sobre reciclagem de veículos, um tema de grande impacto e importância para a sociedade. Os resultados desse estudo identificaram experiências no Brasil, Argentina e Espanha e as melhores práticas desenvolvidas na Europa, além de amplo debate realizado com o setor automotivo e sua cadeia de produção.



Selo Oficina Verde



Selo Reciclagem de veículos



Entrega de certificados aos alunos capacitados pelo PIP



Turma de alunos do PIP

► 5.4 MAPFRE na Comunidade

Com presença nacional, a MAPFRE mantém operações nas principais capitais e em cidades de portes menores. O envolvimento da Empresa com a comunidade ocorre principalmente no entorno de suas principais sucursais, com a realização de iniciativas como o PIP (Programa de Inserção Profissional), que combina a inclusão no mercado de trabalho às demandas de crescimento e contratação da MAPFRE e do mercado. **(GRI FS1)**

Direcionado a pessoas com dificuldade para ingressar ou retornar ao mercado de trabalho, o PIP atende a três públicos-focos: jovens (18 a 25 anos), adultos (40 a 55 anos) e, desde 2009, pessoas com deficiência. Cada público, indicado por parceiros do terceiro setor e prefeituras locais, participa de treinamentos e capacitações nas áreas de atendimento, seguros e módulos específicos como informática, português e postura no ambiente de trabalho. Em 2009, foram promovidas 9.604 horas de treinamento.

Durante o ano, a rede de parceiros para a indicação de potenciais participantes e o encaminhamento de pessoas capacitadas ao mercado de trabalho foi ampliada com a inclusão das parcerias firmadas com a Secretaria do Emprego e Relações do Trabalho do Estado de São Paulo, PoupaTempo e o Lar Escola São Francisco. O esforço conjunto desses parceiros permitiu a formação de nove turmas, com um total de 165 pessoas capacitadas e direcionadas ao mercado de trabalho em 2009.





▶ 5.5 MAPFRE na Sociedade

Contribuir para o bem-estar das gerações atuais e futuras é uma das diretrizes que guiam o relacionamento da MAPFRE com a sociedade. Com base nesse princípio, a atuação da Empresa é direcionada para três áreas de atuação específicas:

- Fomento a políticas públicas e parcerias com entidades de referência.
- Formação para as gerações futuras.
- Mobilização para o envelhecimento ativo e saudável.

Fomento a Políticas Públicas e Parcerias com Entidades de Referência

Por meio de parcerias com entidades governamentais e organizações de incentivo à cultura e assistência social, a MAPFRE desenvolve uma estreita relação com o poder público e a sociedade civil organizada. Essas parcerias tem como objetivo apoiar políticas públicas e atender às demandas da sociedade, em linha com os valores e princípios da Empresa. Como resultado, os programas e projetos socioambientais patrocinados ou desenvolvidos pela MAPFRE tendem a ser mais perenes e abrangem um número expressivo de pessoas, estendendo o benefício de cada iniciativa para a população e para o meio ambiente.

A relação com o terceiro setor e com os governos municipais, estaduais e federal é apartidária e sujeita a critérios de seleção técnicos, suportados por especialistas em assuntos como educação ambiental, viária, cultura e envelhecimento ativo. A composição de iniciativas de responsabilidade social em conjunto com academias, governos e terceiro setor (*vide lista com os principais parceiros no capítulo Informação Complementar*) possibilita o atendimento às demandas de seus stakeholders e o desenvolvimento de iniciativas de impacto positivo para o desenvolvimento sustentável. **(GRI 4.15 e S05)**

Por meio do Fundo MAPFRE de Ação Social, a Companhia apoia entidades não-governamentais que realizam trabalhos de inserção social de crianças e adolescentes com o objetivo de promover impactos positivos na sociedade. Pelo quarto ano consecutivo, foi renovada a parceria com a ONG Ação Comunitária, para a realização do projeto de assessoria pedagógica e, pelo segundo ano, a MAPFRE contribuiu com o projeto Sorriso Especial da AACD (Associação de Assistência à Criança Deficiente). Ainda em 2009, passou a fazer parte do quadro de parceiros do LESF (Lar Escola São Francisco), com o projeto de tratamento odontológico a crianças e adolescentes com deficiência física.

Formação para as Gerações Futuras

Para contribuir com a formação e a consequente inserção das gerações futuras na sociedade, a MAPFRE promove iniciativas educacionais em três frentes:

EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Nos últimos anos, vem crescendo o acesso de grande parte da população a produtos financeiros como financiamento de automóveis e casas até apólices de seguros e previdência privada.

Para ampliar o nível de compreensão desse público sobre investimentos e as possibilidades de proteção ao patrimônio, a MAPFRE renovou o seu site institucional, adotando uma linguagem mais fácil e transparente para temas como finanças, investimentos e seguros. Esta iniciativa busca desmistificar a linguagem utilizada no mercado de seguros e promover uma maior aproximação dos segurados e da sociedade em geral. **(GRI FS16)**

EDUCAÇÃO E CULTURA

Com o projeto Cine Educação, desde 2005 a MAPFRE busca inserir o cinema no processo educacional formal, com a participação de alunos, professores e familiares.

Além de prover acesso ao cinema e à cultura, o programa oferece repertório para que os professores integrem a sétima arte como parte do processo educativo. Pesquisa realizada em 2009 apontou que, para 65% dos professores participantes, os conteúdos são adequados e contribuem com as atividades em sala de aula.

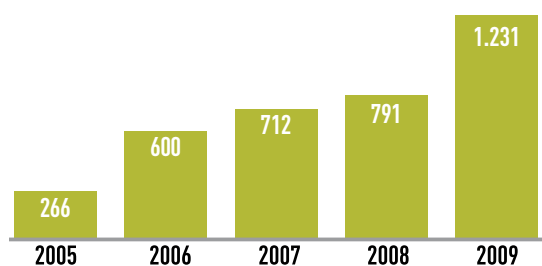


Projeto Cine Educação

Em cinco anos de existência, o projeto consolidou-se como um instrumento formador de público para cinema e de metodologia de ensino complementar à educação brasileira. Em 2009, foram fechadas novas parcerias, com a Secretaria Municipal de Bragança Paulista; SEE (Secretaria Estadual de Educação); FDE (Fundação para o Desenvolvimento da Educação); Secretaria Municipal de Educação de Santos; e Secretaria Municipal de Educação de Guarulhos.

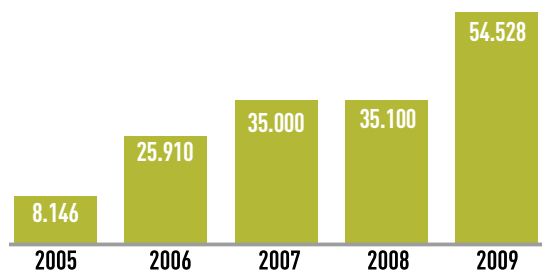
Pelo impacto gerado no projeto, o destaque em 2009 ficou para a parceria firmada com a FDE – por meio do projeto “Lugares de aprender: a escola sai da escola” –, que permitiu ao programa multiplicar o conhecimento sobre cinema e educação para 4.550 professores da rede estadual de ensino do Estado de São Paulo, em todas as regiões.

► **Profissionais formados - Acumulado**



Com isso, o Cine Educação registrou em 2009 um incremento de 55% no número de alunos e professores envolvidos, totalizando 54.528 alunos participantes desde 2005.

► **Volume de alunos - Acumulado**



Sessão do Cine Educação

Para 2010, é estimada a ampliação do impacto e alcance do projeto nas redes públicas de ensino por meio de parceria firmada com a Fundação Victor Civita. Além disso, em 2009 foi iniciada a gestão de stakeholders para verificar a pertinência dos conteúdos e as demandas de professores, alunos e comunidades envolvidas. Como resultado, em 2010 serão desenvolvidas ações para fortalecer a multiplicação de repertório para professores e para comunidade.

“Os conteúdos vieram bem ao gosto dos alunos, estão bem contextualizados e apresentam acontecimentos do mundo real e vivência dos mesmos.”

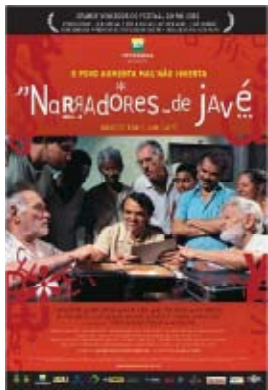
Professor da rede pública de São Paulo

27% dos alunos participantes do Cine Educação nunca tinham ido ao cinema antes e 46% visitavam pela primeira vez um patrimônio cultural tombado pela cidade.



Desde sua estréia em 2005, o Programa aumentou seu portfólio de filmes, podendo atender desde o Ciclo I (1ª a 4ª Séries) até Ensino de Jovens e Adultos.

PORTFÓLIO DE FILMES



SEGURANÇA VIÁRIA

Com o apoio do CESVI e da FUNDACIÓN MAPFRE, a Empresa desenvolve diversas iniciativas para estimular a adoção de boas práticas no trânsito, fornecendo elementos (informações técnicas e recomendações) para que motoristas, passageiros, motociclistas, ciclistas e pedestres aprendam a importância de seu papel no trânsito das cidades e assumam menos riscos.

Para contribuir com a redução do número de acidentes no País, em 2009 a MAPFRE desenvolveu a campanha “Maior Barbeiro do Brasil” que, de forma bem-humorada, estimulou a cidadania e o respeito nas relações de trânsito. Os ganhadores foram premiados com cursos de direção defensiva.

Em 2009, quando completou 15 anos de operação no Brasil, o CESVI promoveu ainda duas importantes ações: um estudo que aponta as zonas de visibilidade crítica em veículos de grande porte, oferecendo recomendações aos condutores e pedestres, e, em parceria com a USP, desenvolveu uma série de programas para estimular o público a rever o próprio comportamento nas vias, chamada Circulando, que aborda temas relacionados à segurança viária.

Em âmbito internacional, o CESVI participou da 1ª Conferência Interministerial Global sobre Segurança Viária, realizada em Moscou. O evento, realizado por uma iniciativa conjunta da OMS (Organização Mundial de Saúde), da FIA (Federação Internacional de Automobilismo) e do Banco Mundial, resultou em uma declaração de todos os países participantes para que a ONU (Organização das Nações Unidas) estabeleça, em sua Assembléia Geral, uma Década de Ações para a Segurança Viária de 2011 a 2020, com a meta de estabilizar e reduzir acidentes de trânsito em todo o mundo.



Sessão do Cine Maior Idade

MOBILIZAÇÃO PARA O ENVELHECIMENTO ATIVO E SAUDÁVEL

O respeito e a preocupação com o bem-estar das pessoas de terceira idade também faz parte do posicionamento da MAPFRE na sociedade. A principal iniciativa promovida pela Empresa para esse público é o Cine Maior Idade, que busca fortalecer a rede de atendimento aos idosos. **(GRI S01)**

Desde 2006, participaram do programa 9.919 idosos e 100% da rede de proteção ao idoso da SMADS (Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social de São Paulo). Em 2009, foram formadas a 6ª e 7ª turmas de profissionais aptos a trabalharem temáticas com idosos a partir de conteúdos áudio visuais. Além disso, no ano, o número de sessões e público foi o equivalente aos três anos anteriores de operação. Este crescimento é consequência das parcerias firmadas com redes de assistência e academias de atendimento ao terceiro setor, que expandiram-se para além do município de São Paulo, alcançando o Vale do Paraíba, Baixada Santista e interior do Estado de São Paulo.

O programa integrou as celebrações do Dia do Idoso na Câmara Municipal dos vereadores de São Paulo e, na mesma semana, recebeu organizações de assistência e saúde do idoso para discussão sobre desafios e oportunidades de melhoria nos serviços prestados aos idosos durante o “1º Seminário de Atenção a Pessoa Idosa do IAMSPE – Envelhecimento e Impacto nos Serviços Públicos”.

Durante o ano, o Cine Maior Idade sediou ainda o encontro anual do COMAS (Conselho Municipal de Assistência Social), no qual foram discutidos assuntos relacionados ao envelhecimento e outros temas de importância para a cidade de São Paulo. Também passou a integrar o movimento para tornar a Vila Clementino, onde está localizada a Cinemateca Brasileira, no primeiro bairro amigo do idoso do Brasil.

Para 2010, será realizada uma consulta com os stakeholders, envolvendo as principais organizações do Estado de São Paulo que tratam do tema para, juntos, planejar iniciativas de atendimento às necessidades do envelhecimento ativo.

“Vocês não imaginam a alegria destes idosos quando retornaram à organização social. Fizeram muitos comentários e demonstraram um desejo de propagar o que aprenderam na comunidade e fazer alguma atividade com base na experiência vivida.”

Joel Antonio Junior, coordenador do Núcleo de Convivência de Idosos “O Semeador” – Coordenador Joel

6 Dimensão Ambiental



LUC – OUVIR É O MELHOR NEGÓCIO

A inovação em produtos e serviços virá da capacidade e persistência dos colaboradores em serem melhores ouvintes dos canais de vendas e atendimento.

Para continuar expandindo suas operações e, ao mesmo tempo, preservar o compromisso com a sustentabilidade ambiental, a MAPFRE conta com uma política de meio ambiente focada na prevenção. Além de desenvolver e implementar ações ecoeficientes, atua como fomentadora de boas práticas ambientais entre seus colaboradores, parceiros de negócio, clientes, comunidade e sociedade. Em 2009, a MAPFRE não recebeu multas ou sanções não-monetárias resultantes da não-conformidade com leis e regulamentos ambientais. **(GRI EN28)**

A atuação ambiental do Grupo MAPFRE é direcionada para:

- Estudos e serviços voltados para minimizar os riscos socioambientais.
- Compras ambientalmente responsáveis.
- Uso consciente de recursos.
- Descarte ambientalmente adequado.
- Formação e educação ambiental.

Estudos e Serviços Voltados para Minimizar os Riscos Socioambientais

Por meio do ITSEMAP, empresa de consultoria em gerenciamento de riscos e meio ambiente pertencente ao Grupo MAPFRE, foram desenvolvidos em 2009 projetos de relevância nas áreas de prevenção de acidentes ambientais e incidentes que possam provocar impactos negativos em relação à segurança e à saúde. **(GRI EN26)**

A partir de estudos que avaliam o risco à segurança de trabalhadores e os impactos socioambientais, o ITSEMAP desenvolve a metodologia de gestão das iniciativas monitoradas e os respectivos planos de contingência para a mitigação dos riscos identificados. Além disso, atua diretamente em iniciativas de contingência como, por exemplo, derrames de produtos químicos no mar e monitoramento de dutos petroquímicos.

A transferência de tecnologia e a capacitação de pessoas nas áreas de segurança, meio ambiente e gerência de riscos é garantida com a realização de treinamentos em técnicas de análise de riscos e avaliação de riscos em áreas contaminadas, promovidos pelo ITSEMAP tanto no Brasil como no exterior.

Compras Ambientalmente Responsáveis

Na MAPFRE, a área de compras também é responsável por fazer uma análise rígida das solicitações de materiais feitas pelas demais áreas da Empresa, ajustando a quantidade solicitada, a fim de evitar desperdícios. A MAPFRE também prioriza, quando possível, a aquisição de itens produzidos a partir de material reciclado. Em 2009, cerca de 80% do material de folheteria utilizado pela Empresa foi proveniente de reciclagem, sendo 67 itens confeccionados em papel reciclado. **(GRI EN2)**

Além disso, nos veículos flex que compõem a frota da MAPFRE é incentivado o uso do biocombustível (álcool) ao invés da gasolina. **(GRI EN26)**

Uso Consciente de Recursos

Para atender à demanda latente dos clientes por iniciativas sustentáveis, a MAPFRE conta com o Programa ECO MAPFRE, que busca o desenvolvimento de ações de ecoeficiência nos processos e procedimentos internos da Empresa para, dessa forma, reduzir o consumo de recursos como, por exemplo, papel e tinta de impressão.

Em 2009, as economias geradas com o programa totalizaram aproximadamente R\$ 600 mil, sendo que grande parte desse recurso foi direcionada para os programas de educação ambiental desenvolvidos no Villa Ambiental – um centro de referência em educação ambiental mantido pela MAPFRE em parceria com o Governo do Estado de São Paulo, no qual alunos das redes pública e privada aprendem conceitos básicos de respeito ao meio ambiente com atividades interativas. **(GRI FS8)**



**Compromisso com
o meio ambiente**

A MAPFRE também promove iniciativas de responsabilidade ambiental com os clientes, ao estimular que seus segurados adotem o uso racional de recursos e que priorizem, por exemplo, documentos eletrônicos ao invés de impressos. Os resultados têm demonstrado adesão satisfatória. **[GRI FS3]**

MATERIAIS UTILIZADOS PELA EMPRESA (GRI EN1)

Itens	janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	TOTAL
graficas	726.756	108.701	585.208	254.541	60.873	525.630	626.671	907.332	424.250	173.935	720.051	1.031.270	6.145.218
veículos	0	0	0	0	0	0	0	0	11	1	1	1	14
mobiliários	1.238	513	73	54	2.821	253	1.972	37	35	79	12	2	7.089
brindes	40.702	51.084	28.257	5.036	79.280	6.152	9.373	17.665	56.191	10.434	40.448	20.198	364.820
informática	318	958	87	147	314	147	108	291	258	1.072	815	1.430	5.945

MATERIAIS UTILIZADOS (GRI EN22) *

Item	Peso (em kg)
Papel branco	6.048
Papel misto	7.810
Papelão	10.802
Vidro	252
Lixo não-reciclável (orgânico)	35.000

Descarte Ambientalmente Adequado

Em 2009, foi lançado o Projeto Reciclagem, com o objetivo de implementar a coleta seletiva de materiais recicláveis nos escritórios do Grupo MAPFRE. Na primeira fase foi lançado o projeto Recicla MAPFRE, que consiste na instalação de coletores de pilhas e baterias no Edifício MAPFRE, CENESP (Centro Empresarial de São Paulo) e unidades AutoMais Serviços.

Formação e Educação Ambiental

Parte dos recursos financeiros conquistados com as ecoeficiências implementadas por meio do Programa ECO MAPFRE é destinada ao Villa Ambiental – um espaço pioneiro montado no Parque Villa-Lobos, em São Paulo, que contribui com a disseminação de conceitos de preservação do meio ambiente e da melhoria da qualidade de vida.

Lançado em março de 2009, o projeto é parte do Programa Criança Ecológica, desenvolvido pela Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo em parceria com a MAPFRE, e já recebeu a visita de mais de cinco mil crianças e mil adultos, entre professores, pais e acompanhantes.



* A MAPFRE conta com uma empresa especializada, que faz a gestão do processo de destinação de resíduos.



Trata-se de um espaço que permite o desenvolvimento de atividades lúdicas e dinâmicas, com pedagogia elaborada a partir de ferramentas de aprendizado da educação ambiental, abordando questões importantes para a preservação do planeta, como água, fauna e flora, poluição e aquecimento global. **(GRI EC8)**

Por meio do site EcoBlogs, a MAPFRE também promove a formação ambiental e a disseminação de informações e atitudes socioambientais responsáveis que podem ser promovidas, não somente pelos clientes, mas por toda a sociedade, como instrumento de comunicação do Programa ECO MAPFRE. Em um ano de funcionamento, o EcoBlogs foi acessado por mais de 100 mil pessoas do Brasil e de diversos países, sendo citado em mais 150 sites em todo o mundo. O Ecoblogs dispõe ainda de um perfil no microblog Twitter, como forma de disseminar a conscientização ambiental e manter-se atualizado em relação às novas mídias.

“Em momentos de adversidades como o que estamos vivenciando, investir em um projeto com foco sustentável e, principalmente, que beneficie as crianças, é acreditar no futuro.”

Antonio Cássio dos Santos, Presidente da MAPFRE, sobre o Villa Ambiental



7 Informação Complementar



LUC – LUCRO NOBRE

O lucro será cada vez maior se a reputação da MAPFRE for de uma seguradora realmente diferente.

▶ 7.1 Principais Associações (GRI 4.3)

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

Principais parceiros nas ações de Responsabilidade Social Corporativa do Grupo MAPFRE

PARCERIAS COM GOVERNOS

- Ministério da Cultura.
- Cinemateca Brasileira / Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura.
- Fundo de Solidariedade e Desenvolvimento Social e Cultural do Estado de São Paulo.
- Secretaria de Assistência e Desenvolvimento Social do Estado de São Paulo.
- Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo - Oficina Cultural da Terceira Idade.



- Secretaria da Educação do Estado de São Paulo.
- Secretaria do Emprego e Relações de Trabalho do Estado de São Paulo.
- Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo.
- Prefeitura Municipal de Bragança Paulista - Secretaria de Educação.
- Prefeitura Municipal de Diadema - Secretaria de Educação
- Prefeitura Municipal de Guarulhos - Secretaria de Educação
- Prefeitura Municipal de São Paulo - Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social.
- Prefeitura Municipal de São Paulo - Secretaria Municipal de Participação e Parceria.

PARCERIAS COM INSTITUIÇÕES

- Associação Amigos das Oficinas Culturais do Estado de São Paulo.
- Conselho Municipal de Assistência Social de São Paulo.
- Fundação Abrinq.
- Fundação para o Desenvolvimento da Educação.
- Instituto Ethos.
- Lar Escola São Francisco.
- PUC (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo) - Núcleo de Estudos e Pesquisa do Envelhecimento.
- ONU - Organização das Nações Unidas.

► 7.2 Índice de Indicadores GRI e Princípios do Pacto Global



Indicadores GRI coletados em 2009 (GRI 3.12)

Tirar as colunas extras

INDICADOR	PÁGINA
ESTRATÉGIA E ANÁLISE	
1.1 Declaração do presidente.	Página 5
1.2 Descrição dos principais impactos da organização sobre a sustentabilidade e os efeitos em relação aos stakeholders, inclusive os direitos conforme definidos pela legislação nacional e normas relevantes internacionalmente aceitas. Impacto de tendências, riscos e oportunidades de sustentabilidade sobre as perspectivas e desempenho financeiro de longo prazo da organização.	Páginas 19 e 32
PERFIL DA ORGANIZAÇÃO	
2.1 Nome da organização.	Páginas 7 e 8
2.2 Principais marcas, produtos e/ou serviços.	Páginas 8, 24, 25, 26 e 27
2.3 Estrutura operacional da organização, incluindo principais divisões, unidades operacionais, subsidiárias e joint ventures.	Páginas 7 e 8
2.4 Localização da sede da organização.	Páginas 7 e 8
2.5 Número de países em que a organização opera e nome dos países em que suas principais operações estão localizadas ou são especialmente relevantes para as questões de sustentabilidade cobertas pelo relatório.	Página 7
2.6 Tipo e natureza jurídica da sociedade.	Páginas 7 e 8
2.7 Mercados atendidos (incluindo discriminação geográfica, setores atendidos e tipos de clientes/beneficiários).	Páginas 8, 24, 25, 26 e 27
2.8 Porte da organização, incluindo: número de empregados; vendas líquidas; capitalização total discriminada em termos de dívida e patrimônio líquido; quantidade de produtos ou serviços oferecidos.	Páginas 7 e 8
2.9 Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório referentes a porte, estrutura ou participação acionária, incluindo: localização ou mudança nas operações, inclusive abertura, fechamento e expansão de unidades operacionais; mudanças na estrutura de capital social e outra formação de capital; manutenção ou alteração nas operações (para org. do setor privado)	Páginas 7 e 8
2.10 Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório.	Página 14
PARÂMETROS PARA O RELATÓRIO	
3.1 Período coberto pelo relatório	Página 20
3.2 Data do relatório anterior	Página 20
3.3 Ciclo de emissão de relatórios	Página 20
3.4 Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório e seu conteúdo.	Páginas 67
3.5 Processo para a definição do conteúdo do relatório (incluindo determinação da materialidade; priorização de temas dentro do relatório; identificação de quais stakeholders a organização espera que usem o relatório).	Página 20
3.6 Limite do Relatório (países, divisões, subsidiárias, joint ventures, fornecedores, instalações arrendadas).	Página 20
3.7 Declaração sobre quaisquer limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite da GRI	Página 20
3.8 Base para a elaboração do Relatório no que se refere a joint ventures, subsidiárias, instalações arrendadas, operações terceirizadas e outras organizações que possam afetar significativamente a comparabilidade entre períodos e/ou entre organizações.	Página 20

INDICADOR	PÁGINA
3.9 Técnicas de Medição de dados e as bases de cálculos, incluindo hipóteses e técnicas, que sustentam as estimativas aplicadas à compilação dos indicadores e outras informações do relatório.	Página 20
3.10 Explicação das consequências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações (como fusões ou aquisições, mudança no período ou ano-base, na natureza do negócio, em métodos de medição).	
3.11 Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere a escopo, limite ou métodos de medição aplicados no relatório,	Página 20
3.12 Tabela que identifica a localização das informações no relatório.	Páginas 54
3.13 Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório. Se a verificação não for incluída no relatório de sustentabilidade, é preciso explicar o escopo e a base de qualquer verificação externa fornecida, bem como a relação entre a organização relatora e os auditores	Página 20
GOVERNANÇA, COMPROMISSOS E ENGAJAMENTO	
4.1 Estrutura de governança da organização, incluindo comitês sob o mais alto órgão de governança responsável por tarefas específicas, tais como estabelecimento de estratégia ou supervisão da organização.	Páginas 12, 13 e 14
4.2 Indicação caso o presidente do mais alto órgão de governança seja um diretor executivo (e, se for o caso, suas funções dentro da administração da organização e as razões para tal composição).	Páginas 12 e 13
4.3 Para organizações com uma estrutura administrativa unitária, declaração do número de membros independentes ou não-executivos do mais alto órgão de governança.	Páginas 13 e 52
4.4 Mecanismos para que acionistas e empregados façam recomendações ou dêem orientações ao mais alto órgão de governança. Inclua referência a processos relativos a: uso de deliberações de acionistas ou outros mecanismos que permitam aos acionistas minoritários expressar opiniões à alta direção; informações e consulta aos empregados sobre as relações de trabalho com órgãos de representação formal, como comissões de trabalhadores, em nível organizacional e representação de empregados no mais alto órgão de governança	Página 13
4.5 Relação entre remuneração para membros do mais alto órgão de governança, diretoria executiva e demais executivos (incluindo acordos rescisórios) e o desempenho da organização (incluindo desempenho social e ambiental).	Página 12
4.6 Processos em vigor no mais alto órgão de governança para assegurar que conflitos de interesse sejam evitados	Página 12
4.7 Processo para determinação das qualificações e conhecimento dos membros do mais alto órgão de governança para definir a estratégia da organização para questões relacionadas a temas econômicos, ambientais e sociais	Página 13
4.8 Declaração de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos relevantes para o desempenho econômico, ambiental e social, assim como o estágio de sua implementação. Explique até que ponto eles são aplicados na organização em regiões e departamentos/unidades diferentes e relacionam-se a normas acordadas internacionalmente	Páginas 10, 11 e 12

INDICADOR	PÁGINA
4.9 Procedimentos do mais alto órgão de governança para supervisionar a identificação e gestão por parte da organização do desempenho econômico, ambiental e social, incluindo riscos e oportunidades relevantes, assim como a adesão ou conformidade com normas acordadas internacionalmente, códigos de conduta e princípios	Páginas 13 e 32
4.10 Processos para auto-avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança, especialmente com o respeito ao desempenho econômico, ambiental e social	Página 12
4.11 Explicação de se e como a organização aplica o princípio da precaução. O artigo 15 dos Princípios do Rio introduziu o princípio da precaução. A resposta ao item 4.11 poderia relatar a abordagem da organização para gestão de risco no planejamento operacional ou no desenvolvimento e introdução de novos produtos	Páginas 12 e 32
4.12 Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa. Inclua a data da adoção e países/unidades operacionais em que são aplicados e a gama de stakeholders envolvidos no desenvolvimento e governança dessas iniciativas.	Página 32
4.13 Participação em associações (como federações de indústrias) e/ou organismos nacionais/ internacionais de defesa em que a organização. Mencionar se possui assento em grupos responsáveis pela governança corporativa; integra projetos ou comitês; contribui com recursos de monta além da taxa básica como organização associada; considera estratégica sua atuação como associada	
4.14 Relação de grupos de stakeholders engajados pela organização.	Página 19
4.15 Base para a identificação e seleção de stakeholders com os quais se engajar.	Páginas 19 e 43
4.16 Abordagens para engajamento dos Stakeholders , incluindo a frequência do engajamento por tipo e grupos de stakeholders. (podem ser incluídos levantamentos , grupos de discussão, comitês comunitários, comitês de assessoria corporativa, comunicações por escrito, estruturas gerenciais e sindicais, etc.)	Página 19
4.17 Principais temas e preocupações que foram levantados por meio do engajamento dos stakeholders e que medidas a organização tem adotado para tratá-los.	Página 19
INDICADORES DE DESEMPENHO	
ECONÔMICO	
EC1 Valor econômico direto gerado e distribuído, incluindo receitas, custos operacionais, remuneração de empregados, doações e outros investimentos na comunidade, lucros acumulados e pagamentos para provedores de capital e governos	Página 30
EC3 Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício definido que a organização oferece.	Página 37
EC6	Página 41
EC8 Desenvolvimento e impacto de investimentos em infra-estrutura e serviços oferecidos, principalmente para benefício público, por meio de engajamento comercial, em espécie ou atividades pro bono.	Páginas 39 e 50

INDICADOR	PÁGINA
AMBIENTAL	
EN1 Materiais usados por peso ou volume	
EN2 Percentual de materiais usados provenientes de reciclagem.	Página 48
EN22 Peso total de resíduos, por tipo e método de disposição.	Página 49
EN26 Iniciativas para mitigar os impactos ambientais de produtos e serviços e a extensão da redução desses impactos	Página 48
EN28 Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não-monetárias resultantes da não-conformidade com leis e regulamentos ambientais.	Página 48
TRABALHO	
LA3 Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período, discriminados pelas principais operações	Página 66
LA4 Percentual de empregados abrangidos por acordos e negociação coletiva	Página 37
LA5 Prazo mínimo para notificação com antecedência referente a mudanças operacionais, incluindo se esse procedimento está especificado em acordos de negociação coletiva	Página 37
LA8 Programas de educação, treinamento, aconselhamento, prevenção e controle de risco em andamento para dar assistência a empregados, seus familiares ou membros da comunidade com relação a doenças graves.	
LA10 Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, discriminadas por categoria funcional.	Páginas 36 e 39
LA12 Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Página 37
LA13 Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade.	
DIREITOS HUMANOS	
HR2 Percentual de empresas contratadas e fornecedores críticos que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos e as medidas tomadas.	Página 41
HR4 Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas.	Página 36
HR5 Operações identificadas em que o direito de exercer a liberdade de associação e a negociação coletiva pode estar correndo risco significativo e as medidas tomadas para apoiar este direito.	Página 37
HR6 Operações identificadas como risco de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil.	Página 41
HR7 Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e as medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado ou análogo ao escravo.	Página 41

► 7.2 Índice de Indicadores GRI e Princípios do Pacto Global

► 7.3 Indicadores Sociais

Indicadores Ethos Qualitativos

INDICADOR	PÁGINA
SOCIAL	
S01 Natureza, escopo e eficácia de quaisquer programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações nas comunidades, incluindo a entrada, operação e saída	Páginas 46
S02 Percentual e número total de unidades de negócios submetidas a avaliações de riscos relacionados a corrupção	Páginas 12
S03 Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização.	Páginas 12
S04 Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção	Páginas 12
S05 Posição quanto a políticas públicas e participação na elaboração de políticas públicas e lobbies.	Página 43
S08 Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias resultantes da não conformidade com leis e regulamentos .	Página 37
PRODUTO	
PR6 Programas de adesão às leis, normas e códigos voluntários relacionados a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio.	Página 39
INDICADORES DE DESEMPENHO	
SUPLEMENTO FINANCEIRO	
FS1 Políticas que incluem componentes específicos ambientais e sociais aplicados às linhas de negócio	Páginas 38 e 42
FS3 Processos para monitorar a implementação e concordância do cliente com requerimentos sociais e ambientais incluindo acordos e transações	Página 49
FS7 Valor monetário de produtos e serviços desenvolvidos para prover um benefício social específico a cada linha de negócio, detalhado por objetivo	Página 38
FS8 Valor monetário de produtos e serviços desenvolvidos para prover um benefício ambiental específico a cada linha de negócio, detalhado por objetivo	Página 48
FS13 Pontos de acesso em áreas de baixa população ou com desvantagem econômica, por tipo	Página 38
FS15 Políticas para o desenvolvimento e a venda de produtos e serviços financeiros de forma justa e transparente	
FS16 Iniciativas para aperfeiçoar a literatura financeira por tipo de beneficiado	Página 43

Tema	Questão	RS09	RS08
Participação em projetos sociais governamentais	Adota ou desenvolve parceria com organismos públicos visando objetivos como melhorar a qualidade de ensino, a assistência social, a saúde ou a infraestrutura, erradicar o trabalho infantil e/ou o trabalho forçado, incentivar a geração de renda e/ou de emprego, promover segurança alimentar etc.	SIM	SIM
Participação em projetos sociais governamentais	A alta direção da empresa conta com mecanismos ou sistemas formais para avaliação periódica dos seus integrantes	SIM	SIM
	A alta direção da empresa inclui o respeito aos direitos humanos como critério formal em suas decisões de investimento e aquisição.	SIM	SIM
	A alta direção da empresa orienta suas operações em concordância com a declaração da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sobre os princípios e direitos fundamentais no trabalho.	SIM	SIM
	A alta direção da empresa orienta suas operações em concordância com as diretrizes para empresas multinacionais da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE).	SIM	SIM
	A alta direção da empresa orienta suas operações em concordância com os Princípios do Pacto Global ou em apoio aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM)	SIM	SIM
Excelência no atendimento	Possui ouvidor de fornecedores ou função similar, para assegurar uma relação de parceria com eles	SIM	SIM
	Oferece serviço de atendimento ao cliente (SAC) ou outra forma de atendimento especializado para receber e encaminhar sugestões, opiniões e reclamações relativas a seus produtos e serviços.	SIM	SIM
	Promove treinamento contínuo de seus profissionais de atendimento para uma relação ética e de respeito aos direitos do consumidor.	SIM	SIM
	Treina e incentiva seu profissional de atendimento a reconhecer falhas e agir com rapidez e autonomia na resolução de problemas.	SIM	SIM
	Adverte continuamente seu profissional de atendimento e áreas correlatas sobre a importância de procedimentos éticos na obtenção, manutenção e uso das informações de caráter privado resultantes da interação com seus consumidores.	SIM	SIM
	O serviço de atendimento a consumidores/clientes é acompanhado por indicadores e tem representação nos processos de tomada de decisão da empresa.	SIM	SIM
Política de comunicação comercial	Ao vender produtos e serviços utiliza somente argumentos verdadeiros para o convencimento do consumidor ou cliente.	SIM	SIM
	Atualiza sempre que necessário o material de comunicação destinado aos consumidores (rótulos, embalagens, bulas, manuais de operação, instruções de uso, termos de garantia e peças publicitárias, entre outros) para tornar mais transparente o relacionamento e mais seguro o uso de seus produtos.	SIM	SIM
	Chama a atenção do consumidor para alterações nas características de seus produtos ou serviços (composição, qualidade, prazos, peso, preço, etc.).	SIM	SIM
	Teve, nos últimos três anos, alguma campanha ou peça de comunicação como objeto de reclamação de clientes, fornecedores ou concorrentes.	NÃO	NÃO
	Nos últimos três anos, teve campanhas ou peças publicitárias retiradas do ar ou recolhidas por pressão de organizações da sociedade civil organizada.	NÃO	NÃO

Tema	Questão	RS09	RS08
Compromissos éticos	Expõe publicamente seus compromissos éticos por meio de material institucional, pela internet ou de outra maneira adequada às suas partes interessadas.	SIM	SIM
	O código de conduta e/ou a declaração de valores da organização proíbem expressamente a utilização de práticas ilegais (como suborno, corrupção, extorsão, propina e caixa dois) para obtenção de vantagens comerciais.	SIM	SIM
	O código de conduta e/ou declaração de valores da organização cobrem assuntos como: Cumprimento das leis e pagamento de tributos;	SIM	SIM
	O código de conduta e/ou declaração de valores da organização cobrem assuntos como: Conflito de interesses;	SIM	SIM
	O código de conduta e/ou declaração de valores da organização cobrem assuntos como: Doações;	SIM	SIM
	O código de conduta e/ou declaração de valores da organização cobrem assuntos como: Corrupção ativa e passiva;	SIM	SIM
	O código de conduta e/ou declaração de valores da organização cobrem assuntos como: Improbidade administrativa;	SIM	SIM
	O código de conduta e/ou declaração de valores da organização cobrem assuntos como: Limites das atividades e contribuições políticas;	SIM	SIM
	A empresa: Estimula a coerência entre os valores e princípios éticos da organização e a atitude individual de seus empregados.	SIM	SIM
	A empresa: Além de atender toda a legislação em vigor para seu exercício e estar em dia com todos os tributos, tem procedimentos para que todos os empregados conheçam as leis a que estão submetidos, tanto as que se referem às atividades profissionais quanto as que se beneficiam, para que possam cumpri-las integralmente.	SIM	SIM
Enraizamento na cultura organizacional	Os empregados da empresa demonstram familiaridade no seu dia-a-dia com os temas e pressupostos contemplados no código de conduta, aplicando-os espontaneamente.	SIM	SIM
	A estrutura organizacional desenvolveu procedimentos para lidar com denúncias e resolução de conflitos relacionados ao desrespeito ao seu código de conduta ou à sua declaração de valores.	SIM	SIM
Relações com sindicatos	A empresa: Fornece informações que afetam os empregados em tempo hábil para que o sindicato e os empregados se posicionem.	SIM	SIM
	A empresa: Fornece informações que afetam os empregados em tempo hábil para que o sindicato e os empregados se posicionem.	SIM	SIM
	A empresa: Possui comissão de fábrica ou de abrangência empresarial garantida por acordo coletivo.	NÃO	NÃO
	A empresa, caso atue em diferentes regiões, negocia com o conjunto de sindicatos dessas regiões um patamar mínimo de benefícios comuns.	SIM	SIM
	A empresa disponibiliza informações básicas sobre direitos e deveres da categoria tais como dissídio, contribuições sindicais etc.	SIM	SIM
Gestão participativa	A empresa possui políticas e mecanismos formais para ouvir, avaliar e acompanhar posturas, preocupações, sugestões e críticas dos empregados, com o objetivo de agregar novos aprendizados e conhecimentos.	SIM	SIM

Tema	Questão	RS09	RS08
Compromisso com o futuro das crianças	Discute com outras empresas ou apresenta propostas práticas para o combate ao trabalho infantil em seu setor (ou de maneira geral), sendo contrário a ele exceto na condição de aprendiz e só a partir dos 14 anos.	SIM	SIM
	Tem programa específico para contratação de aprendizes.	SIM	SIM
	Considerando seu papel social em relação aos aprendizes, oferece a eles boas condições de trabalho, aprendizado e desenvolvimento profissional e pessoal - com o devido acompanhamento, avaliação e orientação, não empregando menores de 18 anos em atividades noturnas, perigosas ou insalubres.	SIM	SIM
	Ao encerrar o período referente ao programa de aprendizagem, procura empregar os beneficiados na própria empresa; quando isso não é possível, busca colocação para eles nas empresas ou organizações parceiras.	SIM	SIM
Compromisso com o desenvolvimento infantil	Faz acompanhamento periódico da cobertura vacinal, crescimento e desenvolvimento dos filhos dos empregados, solicitando e verificando a Caderneta de Saúde da Criança do Ministério da Saúde.	NÃO	NÃO
	Promove campanhas de imunização dos empregados e seus dependentes com vacinas não oferecidas pela rede pública de saúde (a antigripal, por exemplo).	SIM	SIM
	Faz acompanhamento da inclusão dos filhos dos empregados na escola, por meio de solicitação de comprovantes de matrícula (particularmente das crianças com deficiência), assegurando que os menores de 18 anos sejam matriculados no ensino fundamental, além de empreender esforços para que todos frequentem a escola.	SIM	SIM
	A empresa oferece para os empregados (mulheres e homens) de todos os níveis hierárquicos os seguintes benefícios: Plano de saúde familiar;	SIM	SIM
	A empresa oferece para os empregados (mulheres e homens) de todos os níveis hierárquicos os seguintes benefícios: Creche no local de trabalho ou por rede conveniada, conforme determina a lei;	SIM	SIM
	A empresa oferece para os empregados (mulheres e homens) de todos os níveis hierárquicos os seguintes benefícios: Flexibilidade de horário para empregados com filhos menores de 6 anos;	NÃO	NÃO
	A empresa oferece para os empregados (mulheres e homens) de todos os níveis hierárquicos os seguintes benefícios: Auxílio para educação dos filhos.	SIM	SIM
	A empresa oferece aos trabalhadores terceirizados os mesmos benefícios de seus empregados registrados.	NÃO	NÃO
A empresa Oferece aos trabalhadores comissionados os mesmos benefícios de seus empregados registrados.	NÃO	SIM	
A empresa Possui políticas de acompanhamento de pós-parto, particularmente para identificação da depressão pós-parto.	NÃO	SIM	
Facilita a utilização da flexibilidade de horário para amamentação, conforme a legislação em vigor.	NÃO	SIM	

► 7.3 Indicadores Sociais

Indicadores Ethos Qualitativos

Tema	Questão	RS09	RS08
Valorização da diversidade	A política de valorização da diversidade e não-discriminação consta no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa.	NÃO	SIM
	Nos processos e ferramentas de gestão de pessoas, a empresa insere quesitos para monitorar a diversidade de seu quadro e possíveis desigualdades em relação aos segmentos em desvantagem, entre outras situações.	SIM	SIM
	Da política de valorização da diversidade e não-discriminação derivam procedimentos formais para processos de seleção, admissão, promoção e mobilidade interna e demissão.	NÃO	NÃO
	Da política de valorização da diversidade e não-discriminação derivam procedimentos específicos para melhorar a qualificação e promover pessoas com deficiência.	NÃO	SIM
	A empresa promoveu ou está promovendo as adaptações necessárias para favorecer a acessibilidade, de acordo com a legislação em vigor.	NÃO	SIM
Compromisso com a não-discriminação e promoção da equidade racial	A empresa tem metas para promover a equidade racial nos processos de admissão, promoção e treinamento, em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas.	NÃO	SIM
	A promoção da equidade e não-discriminação racial é uma das dimensões da política de comunicação estratégica da empresa.	SIM	SIM
	A política de comunicação comercial tem como premissa não utilizar imagens ou situações que atentem contra a dignidade dos negros.	SIM	SIM
Cuidados com a saúde, segurança e condições de trabalho	Oferece programa de prevenção e tratamento para dependência de drogas e de álcool.	NÃO	NÃO
	Oferece programa específico para portadores de HIV/AIDS	NÃO	NÃO
	Possui normas e processos para combater situações de assédio moral, os quais são divulgados e devidamente amparados por estrutura formal e neutra de denúncia e apuração de fatos.	SIM	SIM
	Possui normas e processos para combater situações de assédio sexual, os quais são divulgados e devidamente amparados por estrutura formal e neutra de denúncia e apuração de fatos.	SIM	SIM
	Promove exercícios físicos no horário de trabalho.	SIM	SIM
	Possui programa de orientação alimentar e nutricional.	SIM	SIM
Compromisso com o desenvolvimento profissional e empregabilidade	Possui política de compensação de horas extras para todos os empregados, inclusive gerentes e executivos.	SIM	NÃO
	Possui programa de mapeamento para identificação de competências potenciais a serem desenvolvidas.	SIM	SIM
	Contempla em suas políticas de desenvolvimento programas que promovam a coerência entre os valores e princípios éticos da organização com os valores e princípios individuais de seus empregados.	SIM	SIM
	Considerado seu papel social em relação aos estagiários, oferece a eles boas condições de trabalho, aprendizado e desenvolvimento profissional e pessoal em suas respectivas áreas de estudo e com o devido acompanhamento.	SIM	SIM
	A empresa possui política de integração de trabalhadores terceirizados com a cultura, valores e princípios da empresa.	SIM	SIM

Tema	Questão	RS09	RS08
Comportamento nas demissões	Teve reclamações trabalhistas relacionadas a demissões nos últimos três anos.	SIM	SIM
	Acompanha e avalia periodicamente a rotatividade de empregados e tem política para minimizar e melhorar esse indicador	SIM	SIM
	Diante da necessidade de redução de pessoal, prevê uma comunicação dirigida aos empregados remanescentes sobre as razões que balizaram a decisão tomada.	SIM	SIM
Preparação para a aposentadoria	Oferece programa de previdência complementar a todos os seus empregados.	SIM	SIM
	Envolve familiares dos empregados no processo de preparação para a aposentadoria.	NÃO	NÃO
Diálogo e engajamento das partes interessadas (stakeholders)	Participa ou apóia programas e campanhas públicas ou privadas de valorização dos idosos.	SIM	SIM
	Está aberta a críticas de grupos ou partes interessadas sobre a natureza de seus processos, produtos ou serviços.	SIM	SIM
Balanço social	As informações sobre a situação econômico-financeira das atividades da empresa são auditadas por terceiros.	SIM	SIM
	As informações sobre aspectos sociais e ambientais das atividades da empresa são auditadas por terceiros.	SIM	SIM
	A empresa expõe na internet dados sobre aspectos econômico-financeiros, sociais e ambientais de suas atividades.	SIM	SIM
Gerenciamento de impacto da empresa na comunidade de entorno	Reconhece a comunidade em que está presente como parte interessada importante em seus processos decisórios.	SIM	SIM
	Tem programa para empregar, na medida do possível, o maior número de moradores do local em que está inserida, dando-lhes formação, com o objetivo de aumentar os níveis de qualificação daquela comunidade, em cooperação com sindicatos, ONGs, representantes da comunidade ou autoridades públicas competentes.	SIM	SIM
Financiamento da ação social	Planeja sua ação social visando maximizar seu impacto a longo prazo.	SIM	SIM
Envolvimento com a ação social	Divulga internamente os projetos que apóia e desenvolve, oferecendo oportunidades de trabalho voluntário e estimulando a participação dos empregados.	SIM	SIM
	Autoriza o uso controlado de horas pagas para o trabalho voluntário de empregados	SIM	SIM
Contribuições para campanhas políticas	Nos últimos cinco anos, a empresa foi mencionada negativamente na imprensa por contribuir financeiramente para campanha política.	NÃO	NÃO
Práticas anticorrupção e antipropina	Teve seu nome mencionado na imprensa nos últimos cinco anos sob suspeita de ter participado de incidente envolvendo o oferecimento de propina ou a prática de corrupção de agentes públicos	NÃO	NÃO
Liderança e influência social	Estimula e patrocina projetos de desenvolvimento de pesquisa e tecnologia, interagindo ativamente com a comunidade acadêmica e científica.	SIM	SIM
Critérios de seleção e a avaliação de fornecedores	Inclui as políticas e critérios para o relacionamento com os fornecedores em seu código de conduta e/ou em sua declaração de valores	SIM	SIM
	Adota critérios de compra que consideram a garantia de origem, para evitar a aquisição de produtos piratas, falsificados ou frutos de roubo de carga	SIM	SIM

► 7.3 Indicadores Sociais

Indicadores Ethos Quantitativos

Tema	Item	2009	2008	2007	2006
Conteúdo do Relatório	Anos em que o Balanço Social MAPFRE foi publicado	x	x	x	x
Indicadores do Corpo Funcional	Total de empregados ao final do período	2.611	2596	2286	2132
	Total de admissões no período	488	760	514	623
	Número de empregados(as) terceirizados(as)	869	435	326	156
	Número de estagiários(as)	38	42	48	43
	Número de empregados(as) acima de 45 anos	263	266	229	194
	Número de mulheres que trabalham na empresa	1272	1201	1001	911
	Percentual de cargos de chefia ocupados por mulheres	35%	32%	17%	16%
	Número de negros(a) que trabalham na empresa	71	233	172	140
	Percentual de cargos de coordenação e chefia ocupados por negros(as)	1%	5%	5,70%	10,70%
Número de pessoas com deficiência ou necessidades especiais	103	68	12	2	
Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	Valor Adicionado total a distribuir (em R\$ mil)	796.947	692.446	557.470	432.683
	Distribuição do Valor Adicionado (DVA) % governo	44%	14%	16%	15,69%
	Distribuição do Valor Adicionado (DVA) % colaboradores	25%	9%	10%	9%
	Distribuição do Valor Adicionado (DVA) % acionistas	13%	6%	0%	0%
	Distribuição do Valor Adicionado (DVA) % terceiros		66%	64%	69%
	Distribuição do Valor Adicionado (DVA) % retido	18%	5%	10%	6%
Compromisso com o futuro das crianças	Relação entre maior e a menor remuneração na empresa	63,18	104,37	76,74	81
	Total de menores aprendizes na empresa	84	70	80	84
	Total de jovens contratados após o término do período de aprendizagem	15	11	4	0
Valorização da diversidade	Total de autuações que a empresa recebeu do ministério do Trabalho com relação ao uso de mão-de-obra infantil	0	0	0	0
	Percentual de pessoas com deficiência na empresa	3,94%	2,62%	0,53%	0,09%
	Percentual de pessoas com deficiência em cargos executivos na empresa.	0%	0,18%	0,09%	0,05%
Compromisso com a não-discriminação e promoção da equidade racial	Percentual de pessoal com idade superior a 45 anos	8,69%	10,25%	10,20%	9%
	Percentual de negros (homens e mulheres) em relação ao total de empregados	2,72%	8,98%	7,62%	7%
	Percentual de mulheres negras em relação ao total de mulheres na empresa	2,36%	8,58%	7,39%	6%
	Percentual de mulheres negras em cargos de coordenação e chefia em relação ao total de cargos de coordenação e chefia disponíveis	0,36%	4,55%	1,90%	4%
	Percentual de homens negros em relação ao total de homens na empresa	3,06%	9,32%	7,63%	7%
	Percentual de homens negros em cargos de coordenação e chefia em relação ao total de cargos de coordenação e chefia disponíveis	0,71%	5,14%	3,80%	7%
	Salário médio mensal de mulheres brancas - em reais	2.272,67	2.214,75	2.154,83	2.063,07
	Salário médio mensal de mulheres negras - em reais	1.421,87	1.420,07	1.418,57	1.170,26
	Salário médio mensal de homens brancos - em reais	3.640,70	3.424,39	3.268,60	3.163,29
	Salário médio mensal de homens negros - em reais	1.533,46	1.894,89	1.876,44	1.154,00
	Salário médio mensal de mulheres brancas em cargos de coordenação e chefia - em reais	5.510,67	5.356,15	4.517,97	4.658,67
	Salário médio mensal de mulheres negras em cargos de coordenação e chefia - em reais	2.258,00	2.800,38	2.353,00	1.453,00
	Salário médio mensal de homens brancos em cargos de coordenação e chefia - em reais	7.807,22	7.459,63	4.723,44	6.154,41
	Salário médio mensal de homens negros em cargos de coordenação e chefia - em reais	4.252,50	4.701,89	3.994,84	2.464,00
	Percentual de mulheres em relação ao total de empregados	48,72%	46,26%	44%	43%
Percentual de mulheres em cargo executivo em relação ao total de cargos executivos disponíveis	0,89%	30,11%	38%	53%	
Compromisso com a promoção da equidade de gênero	Salário médio mensal de mulheres em cargos executivos - em reais	17.109,40	15.993,25	15.466,60	24.185,00
	Salário médio mensal de homens em cargos executivos - em reais	20.473,47	18.802,27	14.824,38	21.572,67
	Salário médio mensal de mulheres em cargos de coordenação e chefia - em reais	3.884,34	5.239,98	4.014,82	4.472,07
	Salário médio mensal de homens em cargos de coordenação e chefia - em reais	6029,86	7.311,92	4.689,62	6.000,61
Relações com trabalhadores terceirizados	Total de trabalhadores (mulheres e homens) terceirizados	869	435,00	326,00	156,00

► 7.3 Indicadores Sociais

Indicadores Ethos Quantitativos

Tema	Item	2009	2008	2007	2006
Política de remuneração, benefícios e carreira	Divisão do menor salário da empresa pelo salário mínimo vigente	1,26	1,41	1,46	1,53
Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho	Média de horas extras por empregado/ano	48,73 horas	55,02	65,56	31,00
	Média de acidentes de trabalho por empregado/ano	0,001	0,20%	0,39%	2%
	Percentual de acidentes que resultaram em afastamento temporário de empregados e/ou prestadores de serviço	0,11%	0,20%	3,98%	2%
	Percentual de acidentes que resultaram em mutilação ou outros danos à integridade física de empregados e/ou de prestadores de serviço, com afastamento permanente do cargo (Incluindo lesões por esforço repetitivo - LER)	0	0,20%	0,39%	0%
	Percentual dos acidentes que resultaram em morte de empregados e/ou de prestadores de serviço	1	0,00%	0,00%	0
Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade	Gastos em desenvolvimento profissional e educação	2.837.358,00	2.220.000,00	1.343.509,00	1.070.543,00
	Total de analfabetos na força de trabalho	0	0,00%	0,00%	0
	Percentual de mulheres analfabetas na força de trabalho	0%	0,00%	0,00%	0
	Total de mulheres com ensino fundamental I (1ª a 4ª série) completo na força de trabalho	0%	32	3	0
	Total de mulheres com ensino fundamental II (5ª a 8ª série) completo na força de trabalho	17	18	322	2
	Total de mulheres com ensino médio completo na força de trabalho	404	647	229	293
	Total de mulheres com ensino superior completo na força de trabalho	418	506	447	616
	Total de homens analfabetos na força de trabalho	0	0	0	0
	Total de homens com ensino fundamental I (1ª a 4ª série) completo na força de trabalho	1	30	12	4
	Total de homens com ensino fundamental II (5ª a 8ª série) completo na força de trabalho	16	32	432	12
Comportamento nas demissões	Total de demissões no período	474	449	360	236
	Percentual de demitidos acima de 45 anos de idade em relação ao número total de demitidos	9,92%	12,92%	9%	10%
Preparação para a aposentadoria	Número de empregados que participaram do programa de preparação para a aposentadoria	0	2	0	0
Corrupção	Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização	95,02%	95,64%	100%	100%
Governança Corporativa	Total de membros do conselho de administração (ou estrutura similar)	10	9	9	9
	Percentual do conselho de administração (ou estrutura similar) formado por conselheiros independentes, sem cargo executivo	100%	80%	80%	80%
	Percentual de mulheres no conselho de administração (ou estrutura similar)	20%	13%	13%	13%
	Percentual de negros (pretos e pardos) no conselho de administração (ou estrutura similar)	0	0	0%	0%
Minimização de entradas e saídas de materiais	Consumo anual de combustíveis fósseis: gasolina/diesel (em litros)	230.854,80	140.487,20	466.114,43	não mensurado
	Consumo anual de combustíveis fósseis: gás - GLP/GN (em m³)	1.963,61 litros	34.728,67	80.901,70	não mensurado
Critérios de seleção e avaliação de fornecedores	Treinamentos, cursos, palestras ou reuniões sobre práticas de responsabilidade social oferecidas aos fornecedores	0	0	0%	0%
	Total de fornecedores (compras, serviços e frota)	Fornecedores ativos: - Compras: 1112 - Serviços: 150 - Frota: 10 (concessionárias e montadoras entram por Compras)	250	250	130
	Total pago por bens, materiais e serviços adquiridos no período	Até novembro/2009 o total gasto com bens e serviços foi de R\$ 21.830.686,17.	17.807.190,25	25.417.998,57	24.800.000,00
Excelência no atendimento	Total de ligações atendidas pelo SAC	389.043,00	2.657.327	2.606.975	1.909.350
	Percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo SAC	3,09%	0,38%	0,56%	0,87%
	Percentual de reclamações não atendidas pelo SAC	0%	0	0	0

► 7.3 Indicadores Sociais

Indicadores Ibase

1. Base de cálculo	2009			2008		
	Valor (mil reais)			Valor (mil reais)		
Receita Líquida (RL)	4.422.191			3.692.694		
Resultado Operacional (RO)	360.882			281.712		
Folha de Pagamento Bruta (FPB)	280.880			191.236		
2. Indicadores sociais internos	2009			2008		
	Valor (mil reais)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (mil reais)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentos	19.889	7,08%	0,45%	18.124	9,48%	0,49%
Encargos sociais compulsórios	38.251	13,62%	0,86%	35.463	18,54%	0,96%
Previdência Privada	1.594	0,57%	0,04%	443	0,23%	0,01%
Saúde	9.906	3,53%	0,22%	9.489	4,96%	0,26%
Segurança e saúde no trabalho	987	0,35%	0,02%	233	0,12%	0,01%
Educação	1.118	0,40%	0,03%	664	0,35%	0,02%
Cultura	-	0,00%	0,00%	-	0,00%	0,00%
Capacitação e desenvolvimento profissional	2.283	0,81%	0,05%	2.220	1,16%	0,06%
Creches ou auxílio-creche	1.207	0,43%	0,03%	1.061	0,55%	0,03%
Participação nos lucros ou resultados	11.381	4,05%	0,26%	9.755	5,10%	0,26%
Outros	-	0,00%	0,00%	1.569	0,82%	0,04%
Total - Indicadores sociais internos	86.616	30,84%	1,96%	78.613	41,11%	2,13%
3. Indicadores sociais externos	2009			2008		
	Valor (mil reais)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (mil reais)	% sobre FPB	% sobre RL
Educação	625	0,00	0,00	818	0,43%	0,02%
Cultura	2.319	0,01	0,00	949	0,50%	0,03%
Esporte	450	0,00	0,00	495	0,26%	0,01%
Combate à fome e segurança alimentar	-	-	-	-	0,00%	0,00%
Saúde e saneamento	318	0,00	0,00	123	0,06%	0,00%
Segurança viária	900	0,00	0,00	168	0,09%	0,00%
Ação Social	717	0,00	0,00	-	0,00%	0,00%
Total de contribuições para a sociedade	5.328	0,02	0,00	2.554	1,34%	0,07%
Tributos (excluídos encargos sociais)	348.182	1,24	0,08	281.812	147,36%	7,63%
Total - Indicadores sociais externos	353.510	1,26	0,08	284.366	148,70%	7,70%
4. Indicadores ambientais	2009			2008		
	Valor (mil reais)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (mil reais)	% sobre FPB	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/ operação da empresa	57	0,000	0,00	500	0,26%	0,01%
Investimentos em programas e/ou projetos externos	576	0,002	0,00	50	0,03%	0,02%
Total dos investimentos em meio ambiente	633	0,002	0,00	550	0,29%	0,29%
Quanto ao estabelecimento de metas anuais para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa	Não Possui metas			Não Possui metas		

5. Indicadores do corpo funcional	2008	2009
Número de empregados(as) ao final do período	2611	2.596
Número de admissões durante o período	488	760
Número de empregados(as) terceirizados(as)	869	435
Número de estagiários(as)	38	42
Número de empregados(as) acima de 45 anos	263	266
Número de mulheres que trabalham na empresa	1272	1.201
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	35%	32%
Número de negros(as) que trabalham na empresa	71	233
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)	1%	5%
Número de pessoas com deficiência ou necessidades especiais	103	68
6. Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2009	2008
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	63,18	104,37
Número total de acidentes de trabalho	3	6
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	Todos(as) + CIPA	direção e gerências
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	Não Informado	direção e gerências
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	Segue as normas da OIT	incentiva e segue a OIT
A previdência privada contempla:	Todos os empregados	todo(as) empregados(as)
a participação dos lucros ou resultados contempla:	Todos os empregados	todo(as) empregados(as)
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	são sugeridos	são exigidos
Quanto à participação dos empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	Apóia	organiza e incentiva
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	Não Informado	na empresa: 10.225
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:	Não Informado	na empresa: 100%
Valor Adicionado total a distribuir (em mil reais):	796.947,00	691.643,00
Distribuição do valor adicionado (DVA):	44% governo; 25% trabalho; 13% acionistas; 18% valor retido	41% governo; 28% trabalho; 16% acionistas; 15% valor retido

7. Outras informações

MAPFRE Vera Cruz Seguradora S/A (CNPJ: 61.074.175/0001-38), sediada em São Paulo
 Para esclarecimentos sobre as informações declaradas: Fátima Mendes Lima, (11) 5112-7847, fmenDES@mapfre.com.br
 Esta empresa não utiliza mão-de-obra infantil ou trabalho escravo, não tem envolvimento com prostituição ou exploração sexual de criança ou adolescente e não está envolvida com corrupção.
 Nossa empresa valoriza e respeita a diversidade interna e externamente.

► 7.4 Nível de Aplicação dos Indicadores GRI V3



Nível de aplicação		C	C+	B	B+	A	A+
Padrões de descrição	Descrição do perfil G3	Reportar: 1.1; 2.1-2.10; 3.1 – 3.8, 3.10 – 3.12 4.1 – 4.4, 4.14 – 4.15	Relatório verificado externamente	Reportar todos os critérios listados no Nível C mais: 1.1-1.2 2.1 – 2.10 3.1 – 3.13 4.1 – 4.17	Informe verificado externamente	O mesmo requerido para Nível B	Informe verificado externamente
	Informações sobre a forma de gestão G3	Não obrigatório		Abordagem de Gestão para cada Categoria de Indicador		Abordagem de Gestão para cada Categoria de Indicador	
	Descrição dos indicadores de desempenho G3	Reportar um mínimo de 10 Indicadores de Desempenho, incluindo pelo menos um de cada categoria: Econômico, Social e Ambiental		Reportar um mínimo 20 Indicadores de Desempenho, incluindo pelo menos um de cada categoria: Econômico, Ambiental, Direitos Humanos, Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente, Sociedade e Responsabilidade pelo Produto		Reportar cada indicador essencial G3 de acordo com o princípio da Materialidade em que deve-se: a) reportar o indicador ou b) explicar a razão para a omissão	

► 7.5 Informe de Verificação Externa e Auditoria

Ao Grupo MAPFRE Brasil (Composta pela empresas descritas no item 2.2 MAPFRE Brasil)

1. Fomos contratados com o objetivo de assegurarmos o Relatório de Sustentabilidade do “Grupo MAPFRE Brasil”, relativo ao exercício findo em 31 de dezembro de 2009, elaborado sob a responsabilidade de sua administração. Nossa responsabilidade é a de emitir um relatório de asseguarção limitada das informações divulgadas nesse Relatório de Sustentabilidade.

2. O trabalho de asseguarção limitada foi realizado de acordo com a Norma e Procedimentos de Asseguarção – NPO 1 emitida pelo IBRACON – Instituto dos Auditores Independentes do Brasil, e compreendeu: (a) o planejamento dos trabalhos considerando a relevância e o volume das informações apresentadas e o entendimento dos controles internos do “Grupo MAPFRE Brasil”; (b) a indagação e discussão com os profissionais do “Grupo MAPFRE Brasil” para entendimento dos principais critérios e premissas utilizados na elaboração do Relatório de Sustentabilidade; (c) a validação, por meio de testes em bases amostrais, das evidências que suportam os dados qualitativos e quantitativos do Relatório de Sustentabilidade; e (d) o confronto das informações de natureza financeira com os registros contábeis. Os procedimentos aplicados acima permitem um nível de segurança limitada e não contemplam os procedimentos requeridos para emissão de um relatório de asseguarção mais ampla, conforme conceituado na Norma e Procedimentos de Asseguarção – NPO 1.

3. Nosso trabalho teve como objetivo verificar e avaliar se os dados incluídos no Relatório de Sustentabilidade do “Grupo MAPFRE Brasil”, no que tange à obtenção de informações qualitativas, à medição e aos cálculos de informações quantitativas se apresentam em conformidade com os seguintes critérios: i) a Norma Brasileira de Contabilidade NBC T 15 – Informações de Natureza Social e Ambiental; e (ii) as diretrizes para relatórios de sustentabilidade **Global Reporting Initiative** (GRI G3). As opiniões, informações históricas, informações descritivas e sujeitas a avaliações subjetivas não estão no escopo dos trabalhos desenvolvidos.

4. Com base em nosso trabalho descrito neste relatório, não temos conhecimento de qualquer modificação relevante que deva ser feita nas informações contidas no Relatório de Sustentabilidade do “Grupo MAPFRE Brasil”, relativo ao exercício findo em 31 de dezembro de 2009, para que as mesmas estejam apresentadas adequadamente em todos os aspectos relevantes, em relação aos critérios utilizados no terceiro parágrafo.

5. O Relatório de Sustentabilidade do Grupo MAPFRE, relativo ao exercício findo em 31 de dezembro de 2008, foi por nós auditado, conforme relatório de similar conteúdo, emitido em 28 de abril de 2009. Adicionalmente, as informações contidas no Relatório de Sustentabilidade dos exercícios findos em 31 de dezembro de 2009 e 2008, relativas ao exercício de 2007 e anteriores, exceto aquelas contidas nas demonstrações financeiras por nós auditadas, e apresentadas para fins de comparação, não foram revisadas por nós nem por outros auditores independentes.

São Paulo, 23 de abril de 2010

ERNST & YOUNG
Auditores Independentes S.S.

CRC-2SP015199/0-6

Grégory Gobetti
Contador CRC-1PR039144/0-8“S”-SP

▶ 7.6 Glossário

Glossário de Seguros

Apólice: Instrumento do contrato de seguro, ato escrito que constitui a prova normal desse contrato.

Beneficiário: Pessoa em cujo proveito se faz o seguro.

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

Capital Segurado: Termo utilizado pela empresa seguradora para definir o valor do seguro no Seguro de Vida e Acidentes Pessoais.

Carência: Período em que a sociedade está isenta de qualquer responsabilidade indenizatória, pela morte do segurado.

Classe do Risco: Expressão empregada para designar a situação do risco, quando encarado sob determinado aspecto.

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

Corretor de Seguros: Pessoa física devidamente credenciada por meio de curso e exame de habilitação profissional, autorizada pelos órgãos competentes a promover a intermediação de contrato de seguros e sua administração.

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

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

Endosso: Modo pelo qual o segurador formaliza qualquer alteração em uma apólice de seguro.

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

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

Indenização: Reparação do dano sofrido pelo segurado.

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

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

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

Reserva Técnica: Termo utilizado para definir valores matematicamente calculados pelo segurador, com base nos prêmios recebidos dos segurados, para garantia dos pagamentos eventuais dos riscos assumidos e não expirados.

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

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

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

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

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

Glossário de Responsabilidade Social Corporativa

BSC (Balanced Scorecard): Metodologia que busca traduzir a visão e a estratégia de uma empresa em indicadores-chave de desempenho que permitam o contínuo monitoramento e relacionem os objetivos estratégicos da organização a métricas estendidas a todos os níveis.

Desenvolvimento Sustentável: O conceito de desenvolvimento sustentável surgiu em 1987, na Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criada pela ONU, e consiste na capacidade da sociedade atender às suas necessidades no presente, por meio das práticas econômicas e de mercado, sem comprometer a capacidade das gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades.

Ecoeficiências: Termo utilizado para identificar economias advindas do uso adequado de recursos naturais, possibilitado pela otimização de processos da empresa.

Educação Ambiental: A educação ambiental é um processo de reconhecimento de valores e conceitos, que têm por objetivo o desenvolvimento das habilidades e a modificação das atitudes em relação ao meio ambiente, para entender e apreciar as inter-relações entre os seres humanos, suas culturas e seus meios biofísicos.

Inclusão Social: Prática voltada a deliberações sobre a inclusão de pessoas com falta de oportunidades sociais à educação, ao mercado de trabalho, à cultura, à saúde e a outros direitos essenciais.

Global Reporting Initiative – GRI: Organização internacional sediada na Holanda, pioneira no desenvolvimento de normas globais para elaboração de relatórios de sustentabilidade.

Indicadores GRI: Diretrizes qualitativas e quantitativas para mensuração, avaliação e comunicação de práticas da organização nos âmbitos econômico, social e ambiental.

Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – Ibase: Instituição sem fins lucrativos, sem vinculação religiosa e partidária criada em 1981. O Ibase desenvolve projetos e/ou iniciativas nas seguintes linhas: Alternativas Democráticas à Globalização; Desenvolvimento e Direitos; Direito à Cidade; Economia Solidária; Processo Fórum Social Mundial; Juventude Democracia e Participação; Observatório da Cidadania: direitos e diversidade; Responsabilidade Social e Ética nas Organizações; Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional.

Instituto Ethos: O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização não-governamental criada com a missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa.

Geração de Valor: No contexto de sustentabilidade, geração de valor significa a geração de benefícios monetários mensuráveis (valores tangíveis) a partir de práticas de Responsabilidade Social Corporativa, como economia de custos ou geração de receitas; ou de benefícios não-monetários (valores intangíveis) advindos também dessas práticas como o aumento do valor da marca e da reputação da empresa, obtenção de licença para operar, atração e retenção de talentos, acesso ao capital, melhor gestão de riscos.

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

Relatório Anual: Relatório que consolida informações econômico-financeiras, elaborado anualmente por empresas que visam tornar suas práticas mais transparentes conferindo melhor comunicação com o mercado.

Relatório de Sustentabilidade: É a principal ferramenta de comunicação do desempenho social, ambiental e econômico das organizações. O modelo de relatório da GRI é atualmente o mais completo e mundialmente difundido. Seu processo de elaboração contribui para o engajamento das partes interessadas da organização, a reflexão dos principais impactos, a definição dos indicadores e a comunicação com os públicos de interesse.

Responsabilidade Social Corporativa: Forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Seis Sigma: Seis Sigma é uma metodologia de melhoria de processos centrada na redução da variabilidade dos mesmos, que busca reduzir ou eliminar os defeitos e as falhas de um produto ou de um serviço ao cliente. Entre os benefícios obtidos com a metodologia estão a melhoria da rentabilidade e da produtividade.

Stakeholders (públicos de interesse): Pessoas, grupos, organizações ou sistemas que afetam e podem ser afetados, direta ou indiretamente, pelas ações de uma empresa. São exemplos de stakeholders: colaboradores, fornecedores, consumidores, comunidade, governo, formadores de opinião, meio ambiente, acionistas etc.

Vulnerabilidade Social: Designa os segmentos populacionais mais vulneráveis à pobreza e à exclusão social.

▶ 7.7 Informações Corporativas (GRI LA3)

CONSELHOS DE ADMINISTRAÇÃO DAS EMPRESAS MAPFRE*

Antonio Cássio dos Santos (presidente)¹

Álvaro Almeida³

Aparecido Luiz Pereira⁴

Elvira Leão Palumbo⁵

Fernando Pérez-Serrabona García⁶

Hélio Zylberstajn²

Heloísa Belotti Bedicks⁶

Lajose Alves Godinho²

Mario José Gonzaga Petrelli⁷

Mauro César Batista⁷

Marco Antonio da Silva Barros⁸

Leonardo Giuberti Mattedi⁸

Ruy Martins Altenfelder Silva¹

Simão Davi Silber²

Wilson Toneto⁸

Secretário-geral: Antonio Fernando Siqueira Rodrigues

CONSELHO FISCAL

(MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência)

Assízio Aparecido de Oliveira

Jussara Panitz Silveira

Pedro Carlos de Mello

Comitê de Auditoria

Hélio Zylberstajn

Heloísa Belotti Bedicks

Rosângela Granato

COMITÊ DE DIREÇÃO ESTRATÉGICA

Antonio Cassio dos Santos – Presidente

Antonio Fernando Siqueira Rodrigues – Secretário

Artur Luiz Souza dos Santos

Bento Aparício Zanzini

Dirceu Tiegs

Jabis de Mendonça Alexandre

Marcos Eduardo dos Santos Ferreira

Rogério Guede Vergara

Wilson Toneto

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

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

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

3 MVCS, MVCVP, MC

4 MVCS, MVCVP, MSGC, MSCE, MC

5 MVCS, MVCVP, MARES, MC

6 MSGC, MSCE

7 MARES

8 MNCVP

DIRETORES DAS EMPRESAS MAPFRE

PRESIDENTE

Antonio Cássio dos Santos

DIRETORES-PRESIDENTES DE UNIDADES

Wilson Toneto – Diretor-Presidente da MAPFRE Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários

Marcos Eduardo dos Santos Ferreira – Diretor-Presidente da MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência

DIRETORES VICE-PRESIDENTES

Bento Aparício Zanzini

Dirceu Tiegs

Jabis Mendonça Alexandre

Marcos Eduardo dos Santos Ferreira

Wilson Toneto

DIRETORES

Antonio Fernando Siqueira Rodrigues

Artur Luiz Souza dos Santos

Caio Cezar Valli Júnior

Carlos Alberto Gadia Barreto

Carlos Alberto Landim

Eduardo Soares Freitas

Elíseo João Viciano

Felipe Costa da Silveira Nascimento

José Aurélio Ramalho

Maurício Galian

Moacyr D'Acampora Filho

Moira Coromoto Romero Ramos

Raphael de Luca Júnior

Rogério Guede Vergara

▶ 7.8 Contatos (GRI 3.4)

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

Site: www.mapfre.com.br

E-mail: rsc@mapfre.com.br

Telefones: (11) 5112-7847 / 5112-7075 / 5112-7853

▶ 7.8 Créditos

O Relatório de Sustentabilidade é fruto do trabalho intensivo e da coleta criteriosa de informações de diversas áreas da Empresa. Estiveram envolvidas as seguintes Unidades de Negócios :

Diretoria de Auditoria Corporativa

Diretoria de Desenvolvimento e Recursos Humanos

Diretoria de Garantias e Créditos

Diretoria Jurídica Corporativa

Vice-Presidência de Canais

Vice-Presidência de Mercado e Desenvolvimento da Rede

Vice-Presidência de Informações, Administração e Finanças

Vice-Presidência Unidade Auto

Vice-Presidência Unidade de Seguros Gerais

Vice-Presidência Unidade de Vida & Previdência

DIREÇÃO GERAL

Diretoria de Sustentabilidade e FUNDACIÓN MAPFRE

TEXTOS

Silvia Martinelli

COORDENAÇÃO DE CONTEÚDO GRI

Via Gutenberg

ADAPTAÇÃO DO PROJETO GRÁFICO, DIAGRAMAÇÃO E FINALIZAÇÃO

Set Design

FOTOS

Paulo Pepe, Banco de dados da MAPFRE e FUNDACIÓN MAPFRE

IMPRESSÃO

TIRAGEM

3.000 exemplares

FUNDACIÓN MAPFRE



FUNDACIÓN **MAPFRE**

A FUNDACIÓN MAPFRE trabalha para contribuir com a formação do cidadão e disseminar valores e cultura para a comunidade MAPFRE e para a sociedade como um todo, com a realização de iniciativas inovadoras distribuídas em cinco âmbitos de atuação:

- Reduzir as necessidades dos segmentos menos favorecidos da população promovendo a **Ação Social**;
- Promover a formação e a investigação aplicada no âmbito das **Ciências do Seguro**;
- Fomentar a difusão da **Cultura**, das artes e das letras;
- Promover a investigação, a docência e a divulgação científica no campo da **Prevenção, Saúde e Meio Ambiente**;
- Fomentar a segurança, com especial atenção à **Segurança Viária**.

O modelo de governança da FUNDACIÓN MAPFRE foi aperfeiçoado em 2009, com a total independência do seu orçamento em relação às demais empresas do Grupo. Além disso, as contas da FUNDACIÓN passaram a contar com auditorias internas e externas.

Durante o ano, a cooperação com a FUNDACIÓN MAPFRE Espanha também foi fortalecida, com o intercâmbio de projetos como “Com Maior Cuidado” e “Comunidades FUNDACIÓN MAPFRE”. A partir da experiência bem-sucedida na Espanha, estas iniciativas foram implementadas de forma rápida e eficiente, com a adequação dos assuntos à realidade brasileira.

Em 2009, o Brasil sediou pela primeira vez o “Encontro Ibero-americano de Meio Ambiente” e, na área de cultura, ampliou o intercâmbio de acervo do MASP (Museu de Arte de São Paulo) com a FUNDACIÓN MAPFRE, com exposições na Espanha e no Brasil.

Em 2010, serão destinados investimentos para fortalecer as parcerias locais no Brasil e o intercâmbio com a Espanha nas áreas de nutrição e educação integral, a exemplo do sucesso das iniciativas desenvolvidas em 2009.

Ação Social

COMUNIDADES FUNDACIÓN MAPFRE

A partir de um modelo de atuação denominado Comunidades FUNDACIÓN MAPFRE, a FUNDACIÓN MAPFRE apoia diversos programas destinados ao desenvolvimento e à inclusão social.

Com base no conceito de educação integral, as iniciativas são focadas nos princípios de nutrição, saúde e educação, e envolvem o apoio aos participantes, desde a infância até ao seu ingresso no mercado de trabalho. As entidades apoiadas promovem trabalhos de longo prazo envolvendo atividades de leitura, informática, cultura (dança, teatro, música), esporte e culinária, entre outros.

Em 2009, as entidades apoiadas pela FUNDACIÓN MAPFRE foram: AACD (Associação de Assistência à Criança Deficiente), Ação Comunitária, Associação Morumbi de Integração Social, Bororé, Fundação Altius, Lar Escola São Francisco, Liga Solidária e Pequenos do Futuro.



Visita da Infanta S.A.R. Infanta Doña Helena à Liga Solidária



Crianças do Lar Escola São Francisco

AJUDA HUMANITÁRIA A SANTA CATARINA – ENTREGA DE CASAS

Para auxiliar as vítimas dos desabamentos ocorridos em 2008 na cidade de Blumenau (SC), a FUNDACIÓN MAPFRE destinou cerca de 100 mil euros para a construção de oito casas. Os beneficiados foram selecionados pela prefeitura do município catarinense, que levou em consideração a renda e o número de crianças das famílias atingidas para realizar a doação. Dentre as casas construídas sob a supervisão da FUNDACIÓN MAPFRE, duas foram destinadas exclusivamente a desabrigados portadores de deficiências.



Entrega de casas a desabrigados de Blumenau

PRÊMIO EXPERIÊNCIAS EDUCACIONAIS INCLUSIVAS

Lançado em novembro de 2009, o Prêmio Experiências Educacionais Inclusivas – A Escola Aprendendo com as Diferenças é resultado da parceria entre o Ministério da Educação e a OEI (Organização dos Estados Ibero-americanos para a Educação), que conta com a colaboração da FUNDACIÓN MAPFRE.

O objetivo desta iniciativa é promover e difundir experiências escolares inovadoras e efetivas de inclusão escolar de alunos com deficiência, transtornos globais do desenvolvimento e altas habilidades/superdotados, tendo como base a Política Nacional de Educação Especial na Perspectiva da Educação Inclusiva.

A comissão que analisará os projetos levará em conta os seguintes aspectos: coerência entre os objetivos e os resultados alcançados; promoção de acessibilidade na escola; trabalho colaborativo; participação da família e da comunidade; articulação intersetorial das políticas públicas e os demais serviços da comunidade; projeto político pedagógico da escola na perspectiva da educação inclusiva; estratégias pedagógicas do atendimento educacional especializado; e estratégias pedagógicas da sala de aula comum.



Lançamento do projeto Experiências Educacionais Inclusivas com o Ministro da Educação Fernando Haddad

Ciências do Seguro

Contribuir para o desenvolvimento de iniciativas que promovam a formação e a disseminação da cultura de seguros entre profissionais e estudantes brasileiros é uma das diretrizes da FUNDACIÓN MAPFRE no Brasil.

BOLSAS DE AUXÍLIO À PESQUISA

A FUNDACIÓN MAPFRE divulga no Brasil as bolsas e prêmios oferecidos, em âmbito internacional, como as bolsas e prêmios do Instituto de Ciências do Seguro; o Prêmio Julio Castelo Matrán, em sua 5ª edição em 2009; e as 75 "Ayudas a la Investigación", das quais 10 destinam-se a pesquisas na área de Ciências do Seguro.

Os incentivos fazem parte das ações da instituição para gerar conhecimento no âmbito do seguro e da gerência de riscos.

Cultura

A atuação do Instituto de Cultura da FUNDACIÓN MAPFRE é estruturada em torno de três áreas principais: exposições e roteiros, convocações culturais e publicações. Em 2009, foram estruturadas várias parcerias para fortalecer a atuação do instituto no País.

EXPOSIÇÃO WALKER EVANS

A exposição do trabalho de Walker Evans, um dos principais expoentes da fotografia documental, foi realizada no MASP (Museu de Arte de São Paulo). A cerimônia de abertura contou com a presença da Infanta Doña Elena de Borbón, Diretora de Assuntos Sociais e Culturais da FUNDACIÓN MAPFRE, e de Pablo Burillo, Diretor Geral do Instituto de Cultura. A exposição, realizada de 1º de outubro de 2009 a 10 de janeiro de 2010, recebeu o prêmio de Melhor Exposição Fotográfica do Ano, da APCA (Associação Paulista dos Críticos de Arte), e foi vista por cerca de 170 mil pessoas.



Pablo Jiménez na abertura da exposição Walker Evans



Visitantes na exposição Walker Evans

AUXÍLIO BIENAL IBERO-AMERICANO GARCÍA-VIÑOLAS

A FUNDACIÓN MAPFRE disponibiliza recursos para proteger instituições públicas e privadas da Espanha, Portugal e América Latina. O museu Lasar Segall de São Paulo, que reúne coleção de desenhos de mais de três mil obras do artista Lasar Segall (1891-1957), foi premiado pelo III Auxílio Bienal Ibero-americano García-Viñolas.

RELACIONAMENTO COM INSTITUIÇÕES CULTURAIS

Para fomentar a realização de iniciativas culturais no Brasil, em abril de 2009, o Diretor Geral do Instituto de Cultura da FUNDACIÓN MAPFRE, Pablo Burillo, estreitou relações com importantes instituições e órgãos culturais: Ministério da Cultura, Secretaria Estadual de Cultura de São Paulo, Pinacoteca do Estado de São Paulo, Cinemateca Brasileira, MASP, entre outros.

Na Cinemateca Brasileira, responsável pela preservação da produção audiovisual brasileira, ocorreu reunião entre a FUNDACIÓN MAPFRE e o Ministro da Cultura, Juca Ferreira. Na ocasião, foi discutida a ampliação de parcerias e novos projetos de integração cultural Iberoamericana.

EXPOSIÇÃO DO MASP NA ESPANHA

A FUNDACIÓN MAPFRE firmou parceria com o MASP, reconhecidamente uma das mais importantes instituições culturais do País, para o intercâmbio de acervo com seus congêneres espanhóis. A FUNDACIÓN levou obras do acervo do MASP para conhecimento do público espanhol, enquanto obras espanholas, principalmente desenhos e fotografias, foram disponibilizadas para exposição no museu brasileiro.



Seminário Geração de Energia e Desenvolvimento Sustentável



Público presente ao Seminário

Prevenção, Saúde e Meio Ambiente

SEMINÁRIO E ENCONTRO TÉCNICO

A FUNDACIÓN MAPFRE promove seminários sobre sustentabilidade, nos quais são abordados temas relevantes para a sociedade e já abordados pela FUNDACIÓN, como recursos hídricos, créditos de carbono e licenciamento ambiental.

No V Seminário e III Encontro Técnico, realizados no dia 25 de agosto de 2009, foram discutidas questões relacionadas com energias renováveis, a partir da abordagem de temas como desenvolvimento sustentável, geração energética, aquecimento global e regulação.

Para apresentar estes temas, foram convidados profissionais renomados do setor como Jair Kotz, Superintendente de Gestão Ambiental da Itaipu Binacional; Ricardo Toledo Silva, Secretário Adjunto de Saneamento e Energia do Estado de São Paulo; Ricardo Serpa, Diretor Executivo do ITSEMAP do Brasil; Décio Michellis Jr, Secretário Executivo do Comitê de Meio Ambiente da Associação Brasileira de Concessionárias de Energia Elétrica, e Emílio La Rovere, Professor de Planejamento Energético da Coppe/UFRJ, que participou do Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas da ONU e foi premiado com o Prêmio Nobel da Paz em 2007. Os eventos contaram com a participação de mais de 300 pessoas, representantes de cerca de 80 empresas e instituições.



Lançamento do Guia de Prevenção do Programa Com Maior Cuidado



Ricardo Montoro, Secretário de Participação e Parceria de S. Paulo, e Antonio Guzmán, diretor geral do Instituto de Prevenção, Saúde e Meio Ambiente da FUNDACIÓN MAPFRE, no lançamento do Guia

PROGRAMA COM MAIOR CUIDADO

Por meio de intercâmbio de projetos entre a Espanha e o Brasil, o Programa Com Maior Cuidado foi realizado no Brasil pela primeira vez em 2009, com o objetivo de sensibilizar a sociedade sobre a importância de adotar hábitos preventivos contra acidentes domésticos de pessoas com mais de 60 anos. Para isso, foi realizada a distribuição aos idosos e profissionais envolvidos do Guia de Prevenção a Acidentes desenvolvido pela FUNDACIÓN MAPFRE na Espanha, traduzido e adaptado à realidade brasileira.

O lançamento do guia aconteceu no dia 22 de Junho, com a presença de Antonio Guzmán, Diretor do Instituto de Prevenção, Saúde e Meio Ambiente, e do Secretário Municipal de Participação e Parceria de São Paulo, Ricardo Montoro.

O Programa Com Maior Cuidado foi incluído também na pauta de discussões da 1ª Semana Nacional de Prevenção a Quedas, coordenada pela SEADS (Secretaria Estadual de Assistência e Desenvolvimento Social), por meio do Plano Estadual Futuridade. No evento, foi realizada uma palestra sobre riscos e cuidados para se prevenir acidentes no ambiente doméstico para 250 profissionais da área, entre cuidadores, gerontólogos e idosos. E, durante toda a semana, foram distribuídos mais de 45 mil guias para idosos, por meio de parcerias firmadas com a SEADS, a SMADS (Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social) e Secretaria de Agricultura.

O programa também marcou presença durante a programação da Semana do Idoso, comemorada em setembro, com a distribuição de cartilhas para idosos atendidos em entidades parceiras. Ao final do ano, mais de 60 mil idosos ao todo foram atingidos diretamente pela ação do projeto no Estado de São Paulo, principalmente na Grande São Paulo, Baixada Santista e Vale do Ribeira.



Guia de Prevenção Riscos Domésticos para os Idosos



Alunos com a cartilha EANE Energia



Cartilha EANE Energia

EDUCAÇÃO AMBIENTAL NAS ESCOLAS

Por meio da capacitação de professores e do trabalho em sala de aula baseado nas cartilhas desenvolvidas para os alunos, o programa Educação Ambiental nas Escolas busca estimular a formação de valores e atitudes de identificação, prevenção e solução de problemas ambientais entre os alunos de escolas das redes pública e privada.

Em seu segundo ano de operação, a iniciativa foi bem recebida pela rede pública: todos os professores capacitados compartilharam a experiência com outros professores, multiplicando o conhecimento de educação ambiental.

Além do tema água, já abordado em 2008, foi desenvolvido um novo tema, sobre energia, alinhado com a realidade e vivência dos professores e alunos participantes.

Em 2009, também foram firmados dois convênios importantes, com a Secretaria Municipal de Educação de São Paulo e a Secretaria Municipal de Educação de Guarulhos, que permitiram a capacitação de professores e envolveram 3.900 alunos das redes educacionais de São Paulo e Guarulhos.

Entre os trabalhos desenvolvidos com o tema Água, um dos destaques foi o projeto Horta, que tem como objetivo promover hábitos alimentares saudáveis por meio da experiência de manipulação da terra e do consumo consciente de água. No tema Energia, o destaque ficou para o projeto de sensibilização de alunos e comunidades onde as escolas estão inseridas para os assuntos relacionados à educação ambiental, principalmente energias renováveis.

ENCONTRO IBERO-AMERICANO DE MEIO AMBIENTE

O 7º Encontro Ibero-americano de Meio Ambiente, realizado em Foz de Iguaçu (PR), em novembro de 2009, trouxe pela primeira vez à América do Sul um fórum internacional de fomento ao intercâmbio de informações e à cooperação para proteção e desenvolvimento sustentável do meio ambiente. O evento é fruto da parceria entre a FUNDACIÓN MAPFRE, Fundación Conama da Espanha, a Secretaria do Meio Ambiente do Paraná e a Itaipu Binacional.

O evento reuniu representantes do terceiro setor, empresas e governo em torno de três fóruns: Fórum Social, Fórum Empresarial e Fórum Governamental sobre Mudança Global. Em cada fórum foram organizadas palestras, mesas-redondas e grupos de trabalho para discutir e buscar soluções comuns para os principais problemas ambientais dos países iberoamericanos.



Abertura do 7º EIMA em Foz do Iguaçu

BOLSAS DE PESQUISA

Para incentivar a realização de pesquisas e, dessa forma, contribuir com a disseminação de conhecimento, a FUNDACIÓN MAPFRE fornece apoio econômico para a realização de projetos de pesquisa nas áreas de Saúde (45 bolsas) e Prevenção e Meio Ambiente (20 bolsas). Além disso, oferece oito bolsas de estudo "Ignacio Hernando de Larramendi", nas áreas de Prevenção na Saúde e Meio Ambiente, no valor de 15 mil euros cada, e a bolsa "Primitivo de Vega", com o objetivo de contribuir para a realização de um trabalho científico na área de atendimento à pessoa idosa.

A FUNDACIÓN MAPFRE também convoca anualmente pesquisadores de entidades públicas e privadas e profissionais da área de Saúde e Meio Ambiente para os seguintes prêmios:

- A Toda uma Vida Profissional (A Toda una Vida Profesional)
- Desenvolvimento da Traumatologia Aplicada (Desarrollo de la Traumatología Aplicada)
- Superando Barreiras (Superando Barreras)
- Melhor Atuação Ambiental (Mejor Actuación Medioambiental)

Em 2009, dois brasileiros foram contemplados com bolsas: Daniel Fernando da Silva, da Holcim S.A., com o "XXII Curso Superior de Direção e Gestão da Segurança Integral"; e Antonio Knauth, da Petrobras, recebeu a bolsa Ignacio Hernando de Larramendi com o projeto "O fator humano dos acidentes".

Segurança Viária

PROGRAMA NA PISTA CERTA

Com o objetivo de transmitir às futuras gerações exemplos e noções de comportamento seguro e consciente no trânsito, o programa Na Pista Certa transporta um espaço cenográfico, com estrutura modular e itinerante, para escolas e parques públicos. Uma equipe de monitores e contadores de estórias envolvem as crianças de 6 a 10 anos em atividades lúdicas e pedagógicas, com exemplos de comportamentos e atitudes responsáveis e cívicas em relação ao trânsito, tanto do ponto de vista do motorista quanto do passageiro, do pedestre, do ciclista, entre outros. Ao mesmo tempo, inicia os participantes no conhecimento da sinalização viária, ressaltando a importância das regras de convivência e valores.

Em 2009, o programa esteve presente em 10 CEU's (Centros Educacionais Unificados), criados pela Secretaria Municipal de Educação da Prefeitura de São Paulo, em quatro parques e clubes escola de São Paulo, além de viajar para São José dos Campos. No total, ao final do ano, foram atendidos 13.680 alunos, sendo 70% das redes públicas municipal e estadual de São Paulo, superando a expectativa de atingir 10.000 crianças em 2009.

Tabela de Evolução de Público

Público Total	2007	2008	2009
	5.528	10.662	13.680



Programa Na Pista Certa

PROGRAMA EDUCAÇÃO VIÁRIA É VITAL

O programa Educação Viária é Vital envolve os alunos em uma ampla pesquisa sobre as condições da circulação viária das comunidades próximas à escola, levando-os a desenvolver projetos que tragam melhorias nestas condições, prevenindo acidentes e tornando a circulação mais segura e eficiente. A disseminação do conceito de segurança viária é realizada com a distribuição de kits de Educação Viária e da capacitação de professores da rede pública de ensino, que monitoram e orientam o desenvolvimento de trabalhos escolares, contribuindo para envolver os alunos em ações solidárias, participativas e responsáveis. Os trabalhos de destaque são submetidos à premiação, como um incentivo à absorção do conceito.

Após ser implementado em 2008 na Região Norte do País, o programa foi expandido em 2009 para as regiões Centro-Oeste e Sudeste, com parcerias fechadas com as secretarias estaduais de educação do Distrito Federal e Minas Gerais, que formalizam a implementação do programa em suas redes escolares de ensino. Em 2009, mais de 86 mil crianças de 132 escolas em nove municípios participaram das ações do programa, o que incluiu ainda a capacitação de 932 professores.



Rua de escola participante do Programa Educação Viária é Vital, antes e depois de implantação de faixa reivindicada pelos alunos da escola

CAMPANHA DE CONSCIENTIZAÇÃO NA SEMANA DO TRÂNSITO

Todos os anos, a FUNDACIÓN MAPFRE realiza campanhas durante a Semana Nacional do Trânsito. Em 2009, com o apoio da ABRAMET (Associação Brasileira de Medicina e Tráfego), foram desenvolvidas duas campanhas de prevenção a acidentes: a primeira com foco em acidentes ocorrido em rodovias e a segunda focada em acidentes de trânsito na cidade de São Paulo. A partir do slogan "Dirija com responsabilidade: Quem decide a sua vida é você", a ação teve como objetivo chamar a atenção de motoristas, motociclistas e pedestres para uma reflexão sobre a responsabilidade cívica nas ruas do País.



Campanha de conscientização na semana do Trânsito

FORMAÇÃO EM EMPRESAS

O programa de Formação em Empresas envolve a realização de cursos de formação, palestras de conscientização e distribuição de material didático em empresas parceiras, com o objetivo de sensibilizar empresários e trabalhadores sobre ações preventivas em âmbito empresarial. Essas ações são desenvolvidas com base na problemática dos acidentes no deslocamento de casa para o trabalho e, também, entre o trabalho e seus clientes.

PRINCIPAIS PARCEIROS DA FUNDACIÓN MAPFRE

- CESVI – Brasil
- CET – Companhia de Engenharia de Tráfego de São Paulo
- Alumar – Consórcio de Alumínio do Maranhão
- Escola Nacional de Seguros
- Fiesp – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo
- Fenaprevi – Federação Nacional de Previdência Privada e Vida
- ITSEMAP do Brasil – Serviços Tecnológicos MAPFRE
- Prefeitura de São Luís do Maranhão
- Secretaria de Estado da Educação de São Paulo
- Secretaria de Estado da Educação do Maranhão
- Secretaria de Estado do Meio Ambiente de São Paulo
- Secretaria Municipal de Educação de São Luís do Maranhão
- Secretaria Municipal de Transportes de Jundiaí (SP)
- Secretaria Municipal de Transportes de São José dos Campos (SP)
- Secretaria Municipal de Educação de São Paulo
- Secretaria Municipal do Verde e do Meio Ambiente de São Paulo
- USP – Universidade de São Paulo
- Sociedade Brasileira de Medicina de Família e Comunidade

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



Fontes Mistas

Grupo de produto proveniente de florestas
bem manejadas e fontes controladas
www.fsc.org Cert no. SW-COC-003347
© 1996 Forest Stewardship Council