

DISCURSO IGNACIO BAEZA

Senhoras e senhores acionistas, bom dia.

Gostaria de iniciar minha intervenção informando sobre os aspectos mais relevantes da gestão da MAPFRE em 2019.

A empresa encerrou um exercício muito complexo, com um lucro de mais de 609 milhões de euros, 15% a mais que no ano anterior. Essa cifra atinge todo o seu protagonismo, considerando que durante 2019 assumimos um custo extraordinário de 147 milhões para eventos catastróficos e, além disso, destinamos outros 66 milhões ao saneamento do Ágio da MAPFRE Assistência. Sem esse efeito, o lucro ajustado teria aumentado para 822 milhões de euros.

A força e a resiliência da MAPFRE contra todos os tipos de riscos é o que nos permitiu estar com vocês mais um ano e agradecemos sua confiança com um dividendo igual ao dos três anos anteriores, 447 milhões de euros e, como sempre, dividendos em dinheiro.

Após minha intervenção, o Conselheiro-Diretor Geral Financeiro, Fernando Mata, fornecerá informações mais detalhadas sobre a evolução econômica da empresa, mas deixe-me antecipar alguns números relevantes.

A primeira é a força do nosso principal negócio, proveniente da atividade de seguros, que gerou 806 milhões de lucro, com um crescimento de 18%.

Como vocês sabem, a MAPFRE possui três motores principais de seus negócios de seguros: Espanha, Brasil e EUA. E os três trabalharam com ótimo desempenho em 2019. A Espanha registra números magníficos há vários anos, e o último exercício não foi uma exceção. **Crescemos mais que o mercado, mantemos a liderança nos principais ramos e, acima de tudo, continuamos a ter a melhor avaliação dos principais clientes em saúde, automóveis e residencial (NPS).**

Brasil e EUA foram dois mercados estratégicos que passaram por processos de reestruturação nos últimos anos, e 2019 foi o ano em que começamos a ver os frutos: os EUA multiplicou seu lucro líquido por 7 e o Brasil o aumentou mais de 80%. Ou seja, na **atividade core da MAPFRE, os seguros, nossos três principais mercados que representam cerca de 60% dos negócios, se comportaram de maneira muito positiva.**

Nosso quarto motor como seguradora global, o resseguro MAPFRE RE, foi afetado pela sinistralidade catastrófica a que me referi, mas ainda conseguiu fechar o ano com 77 milhões de euros de lucro, o que demonstra a enorme capacidade técnica e de assinatura de equipamentos da MAPFRE RE em um ambiente tão difícil.

A taxa combinada de Não Vida do Grupo permaneceu inalterada em relação ao ano anterior em 97,6%, e o ROE permanece, como pode ser visto, em 8%, descontando o saneamento do ágio no negócio de Assistência.

A taxa de Solvência II, com cifras em setembro de 2019, está em 195% muito sólidos e confortáveis.

Gostaria agora de me referir ao Relatório integrado do ano de 2019, em que explicamos em detalhes não apenas nosso modelo de negócios, mas também nossos compromissos com a sociedade e como os executamos. É um extenso relatório, com cerca de 200 páginas, que

foi publicado e, é claro, está à sua disposição, se você desejar consultá-lo. Esta publicação está em conformidade com todas as diretrizes internacionais nesta área e com as recomendações do marco de informações publicado pelo Conselho Internacional do Relatório Integrado.

Além disso, em seus assentos, depositamos um documento de resumo com as principais dimensões. Como é possível ver, **a MAPFRE é uma empresa sólida e solvente, com capacidade financeira suficiente para cumprir seus compromissos e com um modelo de negócios fortemente comprometido com a sociedade.**

Precisamente a este último, ao nosso compromisso com a sociedade, gostaria de dedicar os próximos minutos.

O ponto 6 do Relatório Integrado define muito bem nossas intenções. É intitulado "Criação de valor compartilhado: somos sustentáveis". Nele, reunimos todas as dimensões da empresa que fazem da MAPFRE um grupo do qual vocês podem e devem se orgulhar: nossos compromissos financeiros, produtivos, humanos, intelectuais, nossos compromissos ambientais e, sobretudo, nossa dimensão social.

É por isso que falamos sobre valor compartilhado: compartilhado com a sociedade.

Como vocês sabem, somos uma empresa muito ativa globalmente no cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento das Nações Unidas, os ODS. Uma agenda a ser alcançada no ano de 2030, com 17 exigentes compromissos globais que buscam melhorar o mundo em que vivemos e mudar a vida das pessoas, principalmente das que mais precisam. **Como uma empresa global e comprometida, estamos trabalhando em todos os ODS**, mas concentrados nos 9 em que temos maior capacidade de impacto. São esses ODS que vocês veem na tela. Vou me referindo a eles em minha intervenção.

Gostaria de começar com a nossa **dimensão financeira**, à qual já me referi em parte ao princípio, apontando as principais dimensões da empresa. E especificamente ao nosso papel como investidores. **A MAPFRE gerencia mais de 53,5 bilhões de euros**. Destes, pouco mais da metade, 30 bilhões são investimentos em dívida soberana, ou seja, aquela que permite financiar os Estados e a capacidade de ação dos governos e, portanto, o desenvolvimento das sociedades, sendo mais específico, mais de 60% desse investimento soberano é dívida espanhola.

Além disso, em 2017, o grupo aderiu aos princípios de Investimento Responsável das Nações Unidas (PRI) e estabeleceu o quadro de ação para o Investimento Socialmente Responsável (ISR). Alinhada com o nosso compromisso com a Agenda 2030 das Nações Unidas, foi criada uma metodologia para medir o impacto das carteiras nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, criada em colaboração com a Universidade de Siena. Trabalhamos para que durante todo o processo de investimento, a análise social, ambiental e de governança sejam levadas em consideração, e não apenas em relação aos fundos e planos de previdência, mas também ao balanço do grupo (cerca de 90% de todos os emissores privados da carteira da MAPFRE possui classificações altas e muito altas em suas medições ASG).

Senhoras e senhores acionistas, na MAPFRE sempre tentamos ir além do retorno financeiro puro e buscar também a rentabilidade social. E agora, além disso, podemos medi-lo. Aqui vocês o têm na tela.

A MAPFRE, como investidora, está contribuindo com a maioria dos objetivos das Nações Unidas, mas com mais intensidade para alcançar o fim da pobreza, promovendo a saúde e o bem-estar de todas as pessoas no mundo, promovendo comunidades e cidades mais sustentáveis, e ações para o clima. Essa é sem dúvida uma parte de nosso legado social.

Mas também aspiramos a ser referência de investimentos socialmente responsáveis para todos os cidadãos, porque **a MAPFRE investe por princípios e convence pela lucratividade.**

Atualmente, por meio da nossa gestora MAPFRE AM, comercializamos três fundos e um plano de previdência dentro da gama de produtos ASG. Além disso, a nossa **gestora é pioneira na integração de análises ASG nos produtos de investimento. No final do ano de 2019, a MAPFRE AM lançou MAPFRE Inclusão Responsável. Esse fundo, reconhecido pelas Nações Unidas como um exemplo de boas práticas**, investe em empresas que promovem a inclusão de pessoas com deficiência, e isso é importante, **as empresas que protegem a diversidade e promovem a inclusão são mais rentáveis a médio e longo prazo.**

Além do Fundo de Inclusão, temos o Capital Responsável, um fundo que busca preservar o capital, mas sem abrir mão do crescimento no longo prazo. Para isso, dispõe de uma carteira equilibrada de ativos de renda fixa e ações europeias (aproximadamente 70% são bonificações e 25%, ações). O objetivo é favorecer aquelas empresas e entidades que dispõem de uma estratégia voltada para o acompanhamento dos critérios ASG, partindo do pressuposto de que essas entidades fornecem um perfil de rentabilidade de risco mais adequado. E o catálogo ASG é completado com o MAPFRE Good Governance, um fundo de renda variável global, que inclui em sua carteira empresas com boa governança corporativa, cujos ativos encontram-se temporariamente subvalorizados no mercado.

Permitam-me agora mudar de assunto e entrar em aspectos relacionados à **dimensão produtiva**, continuamos introduzindo melhorias na experiência do cliente. Em 2019, desenvolvemos **101 projetos nos principais mercados para o Grupo, que buscam melhorar a relação com seu seguro para os 26 milhões de clientes que temos no**

mundo. Repito, temos 26 milhões de clientes no mundo (se vocês não se importam, vou repetir alguma das cifras mais relevantes das que hoje vou mostrar). Distribuimos nossos produtos e serviços por meio de uma variedade multicanal que também cresce com novos acordos que garantem maior capilaridade da empresa em todos os países e em todos os canais.

Crescemos no negócio digital porque o cliente digital cresce. Estamos melhorando nossos canais de comunicação digital, os diferentes sites da empresa, aumentando a oferta de valor que oferecemos, introduzindo uma melhor inteligência dos dados e fortalecendo a reputação digital da empresa.

Também temos uma extensa rede de fornecedores no mundo, mais de 177 mil, (repito mais de 177 mil) que são, principalmente de serviços, que estão mais próximos de nossos clientes quando necessário. **Com eles, criamos um modelo de gestão sustentável e um processo de aprovação ASG com compromissos de ambas as partes.**

Também protegemos outra das nossas marcas de identidade, **a qualidade da MAPFRE**. Medimos a satisfação dos clientes e sua resposta nos coloca acima dos nossos concorrentes em nível de satisfação.

Gostaria de entrar agora em um aspecto que tem nos têm muito orgulhosos, nossa **dimensão humana**, que reflete nosso modo de ser como profissionais da MAPFRE e como isso se move para os negócios e a sociedade. Vou começar com essa última. No ano passado, 10.400 voluntários da MAPFRE, incluindo funcionários e suas famílias, contribuíram para nossos esforços para melhorar a vida de mais de 125 mil pessoas com dificuldades (repito, mais de 125 mil beneficiários).

Vamos ver em um vídeo:

Isso, senhoras e senhores, **também é a MAPFRE e diz muito sobre como é a nossa empresa. Acrescento os meus agradecimentos pessoais ao reconhecimento social dos milhares de funcionários que participam do programa de voluntariado corporativo.**

E acreditamos que as coisas não acontecem por acaso. **Se a MAPFRE não fosse uma empresa comprometida, difícilmente seus funcionários seriam.**

Somos uma empresa que soma:

Somamos inclusão: nos aproximamos progressivamente à cifra de mil funcionários com deficiência.

Somamos diversidade: 34.300 funcionários, de 84 nacionalidades. Com 80% da diretoria executiva sendo nativos do país. Cinco gerações sociais trabalhando juntas, alimentando o conhecimento reciprocamente, criando valor para a MAPFRE.

Unimos também a diversidade de gênero e alcançamos nossos objetivos públicos nesta área.

Em 2019, as mulheres foram 6 de cada 10 novas incorporações ao Grupo. Infelizmente, ainda temos uma diferença salarial herdada do passado de 3% (que não é tão alta) mas **não concordamos, não aceitamos e vamos seguir lutando para combatê-la, com um Plano de ação para alcançar o equilíbrio total no grupo.**

E, por último, **protegemos o talento.** Estamos ajudando os funcionários da MAPFRE a avançar em direção à sociedade digital e conectada, e estamos desenvolvendo estratégias para melhorar a experiência do funcionário e ser mais atraente para talentos externos, e para manter e aumentar a MAPFRE, o valor dos atuais profissionais da empresa e cuidar de seu desenvolvimento profissional. Em 2019, 5 mil funcionários, 15% dos profissionais do Grupo

mudaram de posição, função, área ou país, (repito 5 mil funcionários). Além disso, por meio de nossa Universidade Corporativa, oferecemos a todo o quadro de funcionários mais de 1,5 milhão de horas em treinamento.

Senhoras e senhores, agora gostaria de fazer algumas reflexões em relação à **dimensão intelectual** da MAPFRE, por meio da qual estamos acelerando a transformação da empresa e também fortalecendo nossas posições de liderança nos novos modelos de negócios e soluções inovadoras que a sociedade digital é exigente.

Também estamos desenvolvendo uma estratégia em relação aos riscos cibernéticos, tanto em termos de oferta aos nossos clientes quanto em relação à proteção da MAPFRE, **umentando a resiliência cibernética da empresa**, protegendo nossas próprias informações e o que temos de nossos clientes com os mais altos padrões de conformidade em termos de proteção de dados e, com isso, a reputação digital e social da empresa.

Comecei dizendo que a **MAPFRE é uma empresa sustentável em todas as suas dimensões**, também na do meio ambiente. Estamos desenvolvendo uma **estratégia de ação contra as mudanças climáticas com quatro linhas de ação**.

A primeira é reduzir nosso próprio impacto ambiental e estamos fazendo isso, entre outras coisas, com ações como a recente instalação de painéis solares em nossa sede em Majadahonda, que fornecerá 15% do consumo anual e economia igualmente importante para menores emissões.

A segunda é a integração da variável de mudança climática nos negócios, incorporando as recomendações da Task Force on Climate-Related Financial Disclosures no planejamento financeiro, bem como a inclusão de aspectos ASG em ambos os investimentos, como já comentado, como na assinatura e definição de produtos baixos em carbono.

A terceira é a promoção da economia circular, como fazemos, por exemplo, na CESVI RECAMBIOS, que todos os anos descontamina mais de 2.500 veículos que geram mais de 71 mil peças desmontadas que, devido à segunda vida útil da mesma, geram uma economia significativa em emissões de CO2.

E a **quarta é o nosso compromisso com a preservação da diversidade**, que promovemos com ações internas e principalmente externas, como o recente patrocínio da Cúpula do Clima, realizada em Madri, onde a **MAPFRE foi uma das principais empresas que apoiaram a celebração da própria cúpula e participou promovendo seus princípios e relatando muitas das ações às quais me refiro nesta Assembleia.**

Concluo a parte referida à MAPFRE como a iniciei: **somos uma empresa transparente, comprometida e sustentável, desenvolvemos estratégias inclusivas para a sociedade, interagimos em igualdade com todos os nossos stakeholders e promovemos o desenvolvimento social, econômico e humano.** Ao longo da apresentação, incorporamos a relação dos objetivos das Nações Unidas para os quais estamos contribuindo mais para a nossa ação, um compromisso que é especialmente valioso porque **somos a única seguradora espanhola que pode impulsioná-lo nos cinco continentes do planeta.**

Como vocês puderam ver no vídeo que deu início a recepção desta Assembleia, começamos a implantar nosso Plano de Sustentabilidade 2019-2021, desenvolvido em três pilares: ambiental, social e Governança Corporativa.

Temos linhas de ação para combater as mudanças climáticas, reduzir nossas emissões, promover a economia circular e, em geral, melhorar o meio ambiente e a qualidade de vida das pessoas. Somos uma empresa que atua contra as desigualdades, que impulsiona a inclusão e o talento, que atende e ajuda a cumprir os Objetivos de Desenvolvimento das

Nações Unidas para 2030, como já aponte, e que impulsiona debates sociais relevantes para antecipar o futuro, como preparação contra o desafio do envelhecimento da população. Deste modo, já começamos com um plano para ajudar mais o desenvolvimento da Espanha mais rural e despovoada. E, como sempre, fazemos dentro de uma estrutura ética de conformidade e transparência e também promovemos investimentos com um sobrenome: o investimento socialmente responsável ao qual também me referi.

"A parte que nos toca", a parte que nos toca é o lema que apoiará nossa comunicação sobre sustentabilidade, a parte que toca cada um de nós, milhares de gestos que se somam ao objetivo comum de proteger as pessoas e o meio ambiente.

Para finalizar, gostaria de me referir a outra instituição, a Fundación MAPFRE.

Muitos de vocês, senhoras e senhores acionistas, fazem parte da MAPFRE há muitos anos e, portanto, sabem muito bem que nosso impacto social vai muito além de nossa capacidade de impactar positivamente por meio dos negócios. Também contamos com o trabalho da Fundación MAPFRE.

A Fundação continua a crescer mais um ano, crescendo em sua capacidade de transformar o mundo com programas inclusivos em todos os seus territórios, dando segunda e terceira oportunidades para quem mais precisa: desenvolvendo, entre outros, **mais de 100 projetos internacionais que abrem as portas para a educação de mais de 110 mil crianças em 30 países do mundo**, (repito mais de 110 mil crianças em 30 países) promovendo a saúde e a segurança no trânsito, em que somos uma referência regular para instituições como as Nações Unidas.

Levamos mais de 40 anos difundindo a cultura e ensinando a amar a arte. Além das centenas de milhares de pessoas que visitam nossas exposições, **somente em 2019, foram**

realizadas mais de 500 oficinas para escolas e famílias que organizamos em torno delas, como um complemento ao desfrute da arte em si.

Possibilitamos, também, a pesquisa científica. **De fato, nos últimos 10 anos, destinamos mais de 14 milhões de euros para aumentar o conhecimento científico**, e, com isso, acelerar a geração de soluções para os problemas da sociedade.

Graças à Fundación MAPFRE, há mais 550 pessoas trabalhando porque, em 2019, financiamos seu retorno ao mercado de trabalho. Podem parecer poucos, mas estamos falando dos dois grupos mais afetados pelo desemprego: jovens e maiores de 55 anos. Também com muito orgulho, conseguimos uma oportunidade de emprego para outras 500 pessoas com deficiência psíquica que encontram em seu trabalho a oportunidade de integração à qual têm plenos direitos. De tudo isso estamos muito orgulhosos, mas ainda falta muito por fazer.

Também promovemos a educação financeira, mais de 25 mil estudantes participaram de uma das 1.100 sessões de disseminação de conhecimentos financeiros e de seguros, e agora têm uma melhor capacidade de tomar suas próprias decisões sobre economia, proteção e investimento.

A Fundação realizou no ano passado mais de 6 mil eventos transformadores em todo o mundo. Atividades **que permitiram atingir diretamente 4 milhões de pessoas e outros 10 milhões por meio da tecnologia.**

Não quero esquecer nossa extensão nas Ilhas Canárias, a Fundación MAPFRE Guanarteme, que também é de vital importância no tecido social e cultural de um território especialmente próximo a mim, já que eu sou canário.

Permita-me apresentar agora a vocês pela primeira vez o spot que iremos transmitir na mídia a partir de abril, onde a Fundación Mapfre lembra que a evolução digital que está transformando o mundo deve ser pensada por pessoas e por pessoas. Ou seja, além de um silicon valley, também existe um HUMAN VALLEY.

Deixei para o final os dois projetos estrela da Fundación MAPFRE, que são atuações internacionais que permitem que a Fundación MAPFRE ajude a transformar o mundo na extensão do planeta: os **Prêmios Sociais e os Prêmios de Inovação Social**. O primeiro, Os Prêmios Sociais, são a vitrine em que damos visibilidade às pessoas ou instituições mais comprometidas com a sociedade e, especialmente, às pessoas mais carentes. E o segundo, os Prêmios de Inovação Social, em que promovemos a **inovação com o compromisso** em relação a três campos de forte impacto social: **mobilidade e segurança viárias, saúde e o próprio setor de seguros**. A maioria dos projetos premiados em edições anteriores desses Prêmios de Inovação já é uma realidade no mercado e, como eles também tinham que ter uma ambição social, podemos dizer que eles já são uma solução para certos problemas pessoais e/ou sociais.

Saio da Fundación e volto à MAPFRE.

Senhoras e senhores acionistas, vocês podem se sentir muito orgulhosos desta empresa e do seu compromisso social de nos tornarmos um elemento diferencial frente à concorrência. Algo que também nos reconhece:

A marca MAPFRE é a nona mais valiosa da Espanha e líder na indústria de seguros em 2019, segundo o ranking da consultora internacional Brand Finance.

Além disso, o Monitor Empresarial de Reputação Corporativa (MERCOC) nos certifica como a primeira seguradora com melhor reputação na Espanha e, além disso, estamos entre os dez primeiros em qualquer atividade, em qualquer setor.

E também somos considerados a marca de seguros de maior sucesso e com a melhor reputação na Espanha pela consultoria econômica Advice Strategic Consultant.

Concluo agradecendo sua atenção e a confiança que vocês conferem à MAPFRE investindo em nossa empresa.

Senhoras e senhores acionistas, muito obrigado.