

*Grupo MAPFRE  
Relatório de Desempenho Social  
Principais Parceiros  
Laboratório de Desempenho Económico  
da Fundação MAPFRE em Brasil  
Informações Qualitativas  
Laboratório de Realizações  
Informações Quantitativas  
Fundação MAPFRE*

**Balanco Social  
2006**



**MAPFRE  
SEGUROS**



# Índice

Mensagem do Presidente	03
Introdução	06
Grupo MAPFRE	09
Fundação MAPFRE	21
Relatório de Desempenho Social	25
Diálogo com as Partes Interessadas	26
Colaboradores	27
Segurados	33
Corretores e Parceiros de Negócios	37
Governo e Sociedade	39
Meio Ambiente	43
Relatório de Desempenho Econômico	47
Segurança para o Desenvolvimento Econômico Sustentável	48
Contribuição à Sociedade	50
Investimento Social	51
Relatório de Realizações	53
Prevenção de Acidentes	54
Formação e Difusão da Cultura de Seguros	57
Arte e Cultura	59
Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente	61
Ação Social	64
Principais Parceiros da Fundação MAPFRE no Brasil	69
Informações Quantitativas	73
Informações Qualitativas	79
Demonstrativo Ibase	85
Sumário de Conteúdo da GRI	89
Informações Corporativas	93



Mensagem do Presidente



Mensagem do Presidente Mensagem do Presidente Mensagem do Presidente Mensagem do Presidente Mensagem do Presidente

No ano de 2006, o Grupo MAPFRE reafirmou seu compromisso social de minimizar os riscos – sociais, econômicos e ambientais – inerentes ao processo de desenvolvimento da sociedade, proporcionando a necessária segurança para garantir o progresso nacional.

O ano de 2006 foi de intenso crescimento para o Grupo MAPFRE e também para suas ações de responsabilidade social empresarial. Desenvolvemos programas duradouros que proporcionam transformação social. Dedicamo-nos principalmente às áreas de educação, saúde e meio ambiente, imprescindíveis para a promoção de uma sociedade mais justa e disposta a vencer o fosso social que separa seus cidadãos. Para tal, estabelecemos parcerias com relevantes entidades públicas, privadas e do terceiro setor, para garantir o alinhamento de visões e a convergência de esforços.

Nas atividades de arte e cultura, entre as quais cito o Programa Cine-Educação, ampliamos consideravelmente o público atingido, assim como a programação. O reconhecimento por este esforço veio com o prêmio Top Social da ADVB, mas pode também ser encontrado diariamente na satisfação de alunos e professores que animam aquela iniciativa.

Desenvolvemos novos programas, como as iniciativas em Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente, fomentando o debate sobre os principais desafios ao desenvolvimento sustentável brasileiro. O próximo passo é aprofundar as discussões com o objetivo de propor alternativas para a superação de tais desafios.

Em todas as ações buscamos envolver aqueles que, de alguma forma, participam do nosso dia-a-dia: colaboradores, parceiros de negócios, prestadores de serviço, fornecedores, governo e sociedade.

Em 2007, pretendemos dar curso ainda mais amplo ao diálogo e à mobilização social, pois acreditamos que a única maneira de gerar transformação social é através da sensibilização e do comprometimento de todos pelo objetivo comum do desenvolvimento sustentável.

Por fim, agradeço a todos aqueles que contribuíram para os resultados aqui apresentados. O sucesso de nossas ações alimenta a vontade de continuá-las, com a certeza de que estamos cumprindo nosso compromisso com a sociedade.

Antonio Cássio dos Santos

**Presidente do Grupo MAPFRE Brasil**

Introdução



O Balanço Social MAPFRE 2006 ilustra a determinação do Grupo MAPFRE no Brasil de pautar sua gestão pela ética e transparência e guarda o objetivo de servir, internamente, como termômetro do desempenho da organização sob o ponto de vista da responsabilidade social empresarial.

A fim de garantir transparência ao processo de elaboração deste Balanço, a MAPFRE baseou-se em padrões estabelecidos por entidades reconhecidas nacional e internacionalmente, a saber: Instituto Ethos<sup>1</sup>, Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase)<sup>2</sup> e Global Reporting Initiative (GRI)<sup>3</sup>.

Os levantamentos e análises descritos neste relatório resultam do esforço conjunto das diversas áreas e empresas do Grupo MAPFRE em desenvolver ações de responsabilidade social empresarial no cotidiano de suas atividades.

Mais detalhadamente, o leitor encontrará no presente relatório a relação de programas e projetos sociais desenvolvidos, implementados e monitorados pela Fundação MAPFRE – Brasil.

Boa leitura!

<sup>1</sup>Organização não governamental com atuação reconhecida na mobilização e sensibilização das empresas para a gestão dos negócios de forma socialmente responsável.

<sup>2</sup>Classificado como organização da sociedade civil de interesse público (Oscip), o Ibase tem como um de seus objetivos a cobrança de uma postura ética, práticas responsáveis e transparência no meio empresarial e nas organizações da sociedade civil.

<sup>3</sup>Entidade internacional que busca criar e constantemente aperfeiçoar a estrutura de relatórios sob o ponto de vista da sustentabilidade.



mpo MAPFRE  
MAPFRE Grupo MAPFRE Grupo MA  
Grupo MAPFRE Grupo MAPFRE  
MAPFRE Grupo MAPFRE Grupo MAPFRE  
MAPFRE Grupo MAPFRE

## MAPFRE no mundo

O Grupo MAPFRE – Mutualidad de la Agrupación de Propietários de Fincas Rústicas de España é líder absoluto no mercado segurador da Espanha, país-sede da Corporação, com participação mundial expressiva nos segmentos de seguros, resseguros, financeiro e de serviços.

Em 2006, o Grupo registrou crescimento de 8,2% em seu faturamento, que totalizou € 13,2 bilhões (US\$ 17,4 bilhões), e resultado líquido de € 610 milhões (US\$ 804 milhões). Estes números credenciam a solidez financeira da MAPFRE, que, em linha com seus princípios institucionais de globalidade da oferta, vocação multinacional, especialização e descentralização atua em 39 países com um total de 240 empresas, 4.273 sucursais de atendimento, 65 milhões de segurados e mais de 26 mil colaboradores em todo o mundo.

Torre MAPFRE - Espanha



## MAPFRE no Brasil

A MAPFRE consolidou-se como um dos principais investidores do mercado segurador na América Latina. No mercado brasileiro, a trajetória do Grupo foi iniciada em 1992, com a aquisição da Vera Cruz Seguradora, e teve continuidade com a consolidação da MAPFRE como uma das mais importantes seguradoras do país, formada por 14 empresas, 2.130 colaboradores, 8.419 corretores e 15 milhões de segurados.

Os resultados conquistados em 2006 reforçam sua posição de destaque no mercado nacional, onde detém 4,64% de *market share*. A Companhia encerrou o ano com um total de R\$ 2,6 bilhões em prêmios emitidos, valor 35,6% maior em relação ao exercício anterior e quase três vezes acima do crescimento apresentado pelo mercado em 2006.

Com a inauguração da centésima sucursal de negócios em 2006, a MAPFRE, sediada em São Paulo (SP), consolidou sua política de expansão territorial no mercado nacional, oferecendo atendimento personalizado e mais proximidade nos relacionamentos entre seguradora, corretores e segurados.

Presente em todo o território nacional, por meio de 111 sucursais e 19 diretorias territoriais, um dos diferenciais da MAPFRE é a atuação regionalizada, que prioriza o conhecimento das necessidades das diferentes culturas do Brasil, o que permite à Empresa oferecer mais de 80 soluções personalizadas em seguros, assistência, atividades financeiras e serviços, divididas em quatro segmentos de mercado:

- Vida e Previdência
- Automóvel
- Seguros Gerais
- Garantias e Crédito

- MAPFRE Seguradora de Garantias e Crédito S/A.
- MARES – MAPFRE Riscos Especiais Seguradora S/A.
- MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência S/A.
- MAPFRE Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S/A.



Edifício MAPFRE - São Paulo

O Grupo MAPFRE é representado pelas seguintes empresas no Brasil:

#### Seguros e Financeira

- MAPFRE Vera Cruz Seguradora S/A.
- MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência S/A.

#### Serviços

- MAPFRE Re-Consultoria em Resseguros Ltda.
- Brasil Assistência S/A.
- Clube MAPFRE do Brasil Ltda.
- Vera Cruz Consultoria Técnica e Administração de Fundos Ltda.
- Detectar Desenvolvimento de Técnicas para Transferência e Administração de Risco Ltda.

#### Fundação e Centros de Pesquisa

- Fundação MAPFRE Brasil.
- CESVI Brasil – Centro de Experimentação e Segurança Viária S/A.
- ITSEMAP do Brasil Serviços Tecnológicos MAPFRE Ltda.

## Princípios institucionais e valores

### Princípios institucionais

**Globalidade da oferta:** devemos oferecer a nossos clientes uma gama completa de produtos e serviços para a prevenção e cobertura de seus riscos e solucionar suas necessidades de poupança e previdência pessoal e familiar.

**Vocação multinacional:** é nosso objetivo crescer e, ao mesmo tempo, contribuir para o progresso econômico e social dos países em que o Grupo atua, com a implantação de empresas que baseiem a sua gestão em nossos princípios institucionais e empresariais.

**Especialização:** estruturamos nossas unidades e sociedades com grande autonomia de gestão, para que tenham equipes específicas para as distintas atividades e assim obtenham a máxima eficiência nos serviços prestados aos clientes.

**Descentralização:** buscamos, com a adoção de decisões locais e a solução regionalizada de problemas, a máxima agilidade na gestão e no aproveitamento dos recursos de toda a organização.

**Atuação coordenada:** nossa autonomia de gestão baseia-se no estabelecimento de objetivos e políticas de atuação comuns aos estabelecidos pela supervisão dos órgãos de governo da mutualidade.

**Máximo aproveitamento de sinergias:** a atuação autônoma se complementa com o estabelecimento de serviços comuns que sejam necessários para a adequada coordenação e máximo aproveitamento de sinergias.

**Vocação de liderança:** queremos ser líderes em todos os mercados e setores em que operamos.

**Alta qualidade no serviço aos clientes:** buscamos a qualidade tanto por razões éticas como pela certeza de que um bom serviço constitui-se no meio mais eficaz para conseguir a fidelização dos clientes.

**Busca permanente da eficácia:** é objetivo do Grupo otimizar a utilização dos recursos, o que implica, entre outros fatores, pragmatismo e flexibilidade; agilidade nas decisões; aproveitamento das oportunidades oferecidas pelo desenvolvimento tecnológico; máxima objetividade na seleção das pessoas; e atenção contínua à formação e ao rigor nos gastos.

### Valores

**Independência:** somos independentes de qualquer pessoa, entidade, grupos ou classes de poder. Este princípio irrenunciável é derivado da natureza associativa de nossa entidade matriz.

**Responsabilidade social:** a atuação do Sistema MAPFRE e de quem dele participa está inspirada no sentido de servir à sociedade, como reconhecimento da responsabilidade que nos compete para o seu próprio desenvolvimento. Por esta razão, o Sistema aderiu ao pacto mundial de responsabilidade social corporativa liderado pelas Nações Unidas.

**Atuação ética:** sentimo-nos comprometidos com o respeito dos direitos das pessoas e, por isso, nossa atuação é regida pelos princípios de transparência e veracidade, equidade e rapidez no pagamento das indenizações e no cumprimento das obrigações contratuais, no respeito aos direitos dos mutualistas, bem como no cumprimento das leis dos países onde atuamos.

**Humanismo:** acreditamos que as pessoas de nossa organização são nosso principal ativo e que nossas

relações devem ser presididas por valores como a tolerância, a cordialidade e a solidariedade.

**Crescimento empresarial e patrimonial:** na MAPFRE, a criação de valor está orientada para o crescimento do benefício de nossos mutualistas, acionistas e de todos os que colaboram e participam das atividades do Sistema.

## Missão e visão de futuro

### Missão

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

### Visão de futuro

É meta do Grupo MAPFRE superar as expectativas dos seus **clientes** com produtos inovadores, processos e serviços de alta qualidade e credibilidade, preços justos, atendimento eficaz e personalizado.

Também desejamos ampliar e fortalecer resultados mútuos com nossos **corretores e parceiros de negócio**, difundindo nosso amplo portfólio de produtos, com relacionamento segmentado, atuação nacional e multicanal.

Nossos **colaboradores** estão comprometidos com os valores e princípios da MAPFRE. Incentivamos atitudes positivas que gerem clima de coesão, confiança, motivação, bem-estar e aumento da qualificação profissional, proporcionando capacitação, remuneração fundamentada em desem-

penho, reconhecimento e estímulo de uma cultura de alta performance.

Fornecemos notícias, publicidade e informações de forma criteriosa, transparente e ágil. Difundimos a cultura da prevenção, da qualidade de vida e da responsabilidade social, de modo a despertar o interesse dos **veículos de comunicação** por estes aspectos de nossa ação empresarial e contribuir, desta maneira, para a formação da cultura de seguros e previdência.

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



Colaboradores MAPFRE

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

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

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

Assumimos nossa 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 a assegurar as condições para que a Empresa supere os objetivos traçados pelos seus **acionistas**, na busca do crescimento sustentado, da adequada lucratividade, da criação de valor econômico e do reconhecimento de nossas marcas.

Estamos cientes dos esforços que a busca desta **visão de futuro** demandará de todos nós e reconhecemos que esta é a única forma de cumprir o nosso papel, tanto no contexto do Sistema MAPFRE quanto na sociedade brasileira, para assim atingirmos nossos objetivos pessoais e profissionais.

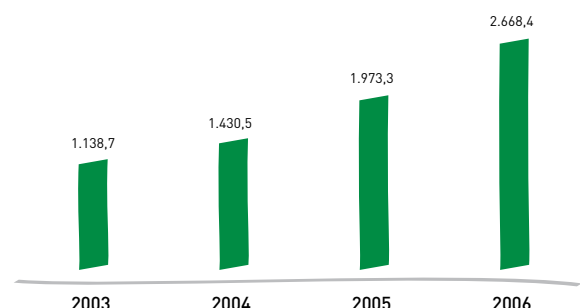
## Mercado brasileiro de seguros

Em 2006, o mercado brasileiro de seguros apresentou crescimento expressivo em relação a 2005. Com 45% de participação na composição da receita do setor de seguros em 2006, os produtos destinados a pessoas (Vida e Previdência) superaram o segmento de Automóveis, cuja participação foi de

36% entre os prêmios emitidos no ano. Essa reversão confirma a tendência de crescimento esperada para os próximos anos no segmento Vida e Previdência, em decorrência do incremento no número de apólices e no volume total dos prêmios.

O ano de 2006 também foi marcado pela forte concorrência no mercado de seguros, com disputa acirrada por margens principalmente nos segmentos de Automóveis e Crédito. No segmento de Garantias, que ainda é 100% monitorado pelo IRB (Instituto de Resseguros do Brasil), a operação ficou mais centralizada e controlada, o que impediu um crescimento mais expressivo. E, no mercado agrícola, o aumento dos subsídios de prêmios por parte do Governo Federal permitiu a entrada de um novo *player*, o que provocou a diluição do *market share* entre os competidores. Mas, por outro lado, incrementou o volume de prêmios, tornando o mercado mais atraente para os próximos anos.

Crescimento dos prêmios e contribuições  
(milhares de reais)





## Desempenho MAPFRE

No mesmo período, a MAPFRE, que totalizou R\$ 2,6 bilhões em prêmios emitidos, cresceu 35,6% em comparação com 2005 – quase o triplo do incremento apresentado pelo mercado. Com um patrimônio líquido de R\$ 915 milhões, consolidou sua posição no mercado como a 6ª maior seguradora no Brasil.

### • Vida e Previdência

O segmento de Vida e Previdência encerrou o ano com receita de R\$ 909,7 milhões, um crescimento de 39% em relação a 2005, e uma participação de 34,1% na receita total da Companhia. Esses resultados permitiram à MAPFRE conquistar o 2º lugar no *ranking* do mercado de Vida (em 2005, ocupava a quarta colocação).

### • Automóveis

A receita registrada pelo segmento de Automóveis em 2006 foi de R\$ 894,7 milhões, um incremento de 19,2% em comparação ao ano anterior. O segmento, que encerrou o ano com uma participação de 33,5% na receita total da MAPFRE, passou da 6ª posição em 2005 para a 5ª posição no mercado em 2006.

### • Seguros Gerais

O segmento de Seguros Gerais apresentou uma receita de R\$ 586,8 milhões em 2006, um crescimento de 34,5% ante 2005, e foi responsável por uma participação de 22,0% na receita total do Grupo. Em 2006, pulou de 6º para 5º lugar no *ranking* nacional.

### • Garantias e Crédito

A receita de R\$ 75,1 milhões apresentada em 2006 pelo segmento de Garantias e Crédito foi 21,7% menor que o montante registrado no ano anterior. Responsável por 2,8% da receita total da Companhia, encerrou 2006 com o 4º lugar no *ranking* nacional.



## Histórico

### Cronologia do Grupo MAPFRE (Brasil)

- 1955** VERA CRUZ Companhia Brasileira de Seguros é fundada para garantir o patrimônio do Grupo Bunge y Born no Brasil.
- 1977** A sede instala-se no Centro Empresarial de São Paulo
- 1982** Lançamento dos primeiros Planos de Previdência, sendo uma das primeiras empresas do mercado a atuar com este segmento.
- 1985** Criação da VERA CRUZ Vida e Previdência para atuar especificamente neste segmento.
- 1992** A Corporación MAPFRE adquire parte do controle acionário do então Grupo VERA CRUZ.
- 1995** Lançamento do Seguro Decessos (auxílio funeral), pioneiro no mercado.
- 1996** A Corporación MAPFRE assume o controle integral do Grupo VERA CRUZ.
- 1997** A VERA CRUZ Vida e Previdência ganha estrutura própria.
- 1998** Lançamento da 1ª Campanha de Incentivo, cujo objetivo era intensificar o relacionamento com os Corretores de Seguros.
- 1999** Lançamento oficial do Defensor do Segurado para o consumidor.
- 2000** Os serviços de atendimento foram unificados, e foi criada a Central de Relacionamento SIM 24h. É intensificada a atuação no segmento rural. Criação da Empresa MAPFRE Seguradora de Garantias e Crédito.
- 2002** Mudança da marca: VERA CRUZ para MAPFRE. Lançamento do Instituto MAPFRE de Segurança Viária no Brasil.
- 2003** Lançamento do Compromisso MAPFRE: em caso de perda total, o valor do prêmio é devolvido ao segurado se a Seguradora não realizar a indenização nos prazos. Criação do personagem MAX MAPFRE, o consultor virtual de Negócios, da Revista MAPFRE Seguros e da Empresa MAPFRE DTVM – Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários.
- 2004** Início do processo de Expansão Territorial com a inauguração de 11 sucursais. Lançamento da versão brasileira da Revista Gerência de Riscos e Seguros.
- 2005** MAPFRE adquire 51% da Nossa Caixa Vida e Previdência. A Companhia completa 50 anos de operação no Brasil. Início das atividades de duas unidades do AutoMais Serviços, em Ribeirão Preto e Curitiba. Inauguração de 15 filiais.
- 2006** Grupo MAPFRE se reestrutura, passando a ter a denominação social MAPFRE S.A. A Fundação MAPFRE torna-se responsável por zelar pelo bom governo do Grupo.

## Cronologia da Fundación MAPFRE

1933

Fundada em 1933, na Espanha, a MAPFRE (Mutualidad de la Agrupación de Proprietários de Fincas Rústicas de España) nasceu da união dos proprietários de pequenas áreas agrícolas, um grupo formado com o objetivo de prestar assistência a trabalhadores acidentados.

1975

No dia 5 de novembro de 1975 é constituída a Fundación MAPFRE, entidade sem fins lucrativos promovida pela MAPFRE Mutualidad de Seguros e pela MAPFRE Mutua Patronal de Accidentes de Trabajo (atualmente FREMAP). Hoje em dia são seis fundações com diferentes atuações, que atuam intensamente nas áreas de informação, formação e pesquisa, além de promover a segurança, a educação e a cultura em 39 países da Europa e América Latina. Na América Latina, onde atua desde 1990, a Fundação MAPFRE tem delegações criadas na Argentina, Brasil, México e Venezuela.

1976

A Fundación MAPFRE é reconhecida, classificada e inscrita como Fundação Cultural Privada pelo Ministério da Educação e Ciência da Espanha em 4 de maio de 1976.

1996

O Instituto MAPFRE de Segurança Viária, uma das áreas mais atuantes da Fundação MAPFRE, inicia suas atividades na Espanha.

1998

Firmada a parceria com a Universidade de São Paulo com o objetivo de subsidiar bolsas de estudo e de auxílio à pesquisa para estimular e apoiar o desenvolvimento de conhecimento e tecnologia nas áreas de segurança no trabalho, gerenciamento de riscos e meio ambiente.

2002

O Instituto MAPFRE de Segurança Viária, inicia suas atividades no Brasil no mês de julho.

2004

Lançamento do Código de Bom Governo – registro do conjunto de princípios e normas da empresa, que constitui um marco obrigatório de referência para todas as entidades do Sistema MAPFRE.

2005

Reestruturação da Fundação MAPFRE Brasil que resultou na ampliação das suas atividades, e em um novo direcionamento cujos objetivos são: ações de longo prazo; recorrência; auto-suficiência; coerência com a cultura e atividade das demais organizações do grupo MAPFRE; realização em parceria com instituições culturais/sociais de credibilidade; clareza de objetivo e aferição de resultados.

2006

A Fundação MAPFRE – Brasil reestrutura suas atividades em consonância com o movimento realizado pela Fundación MAPFRE.





Colaboradoras MAPFRE

## Responsabilidade social empresarial

“Responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.”<sup>4</sup>

A preocupação do Grupo MAPFRE em exercer seu papel social de maneira responsável é inerente a suas atividades desde sua criação, em 1933, quando surgiu na forma de uma cooperativa agrícola. Reafirmando internacionalmente este compromisso, a MAPFRE é signatária do Global Compact, pacto mundial de responsabilidade social corporativa da Organização das Nações Unidas (ONU), e do protocolo *United Nations Environment Programme* (Unep), também da ONU. Em 2006, a MAPFRE no Brasil se associou ao Instituto Ethos com o objetivo de impulsionar a prática da responsabilidade social empresarial.

## Conselho de Administração

O Conselho de Administração do Grupo MAPFRE no Brasil é o órgão máximo de supervisão e decisão da empresa, responsável por garantir relacionamento adequado e equilibrado no curto e longo prazos com todos os públicos envolvidos ou que sofrem os impactos das atividades inerentes ao negócio.

Desta forma, encarrega-se de fiscalizar o cumprimento por parte da empresa de todas as leis brasileiras e de todas as normas internamente es-

<sup>4</sup>Definição do Instituto Ethos ([www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)).

tabelecidas, zelando para que o encaminhamento estratégico do grupo cumpra com interesses e possibilidades do contexto atual e futuro, de forma a garantir a atuação sustentável da empresa no longo prazo. Este compromisso é particularmente relevante para o Grupo MAPFRE, que, a partir de 2006, se reestruturou, passando a ter como acionista majoritária a Fundación MAPFRE.

A aplicação das determinações do Conselho acontece por meio da articulação das atividades desenvolvidas pela Diretoria, pelo Comitê de Auditoria e pelo Comitê de Direção Estratégica. O Conselho de Administração pode solicitar a contratação de assessores legais, contábeis, financeiros e de outras especialidades com o objetivo de ser auxiliado no exercício de suas funções. A contratação deve estar necessariamente baseada em problemas concretos, de relevância e complexidade, e cumprir com todas as condições previstas no Estatuto Social e no *Código de Buen Gobierno*.

### **Composição do Conselho de Administração**

A assembléia de acionistas seleciona todos os membros do Conselho de Administração e obedece às condições impostas pela Superintendência de Seguros Privados (Susep), bem como as condições previstas no Código de Buen Gobierno, Código de Conduta MAPFRE e no Estatuto Social.

Estabeleceu-se a quantidade mínima de cinco membros e a máxima de nove, tendo o mandato duração de três anos com possibilidade de reeleição. Atualmente, integram o Conselho de Administração dois conselheiros internos e sete externos – sendo uma mulher e oito homens – e a presidência do Conselho é ocupada pelo presidente da MAPFRE, Antonio Cássio dos Santos.



Fundação MAPFRE Fundação MAPFRE Fundação MAPFRE Fundação MAPFRE  
Fundação MAPFRE Fundação MAPFRE Fundação MAPFRE Fundação MAPFRE  
Fundação MAPFRE Fundação MAPFRE Fundação MAPFRE Fundação MAPFRE  
Fundação MAPFRE Fundação MAPFRE Fundação MAPFRE Fundação MAPFRE

## Fundación MAPFRE

A MAPFRE acredita que, além de realizar suas atividades de maneira eficiente e ética, gerando riqueza e empregos para a sociedade, deve também devolver à comunidade parte do benefício que obteve com o desenvolvimento de suas atividades empresariais. É por isso que, desde 1975, dedica uma parcela de sua receita para promover e financiar atividades não lucrativas e de interesse social.

No ano de 2006, a Fundación MAPFRE centralizou suas operações em apenas uma Fundação, desenvolvendo suas atividades por meio de cinco institutos:

- *Instituto de Prevenção, Saúde e Meio Ambiente*: orientado ao fomento da prevenção de acidentes humanos e materiais e à redução de suas conseqüências por meio do apoio à área de pesquisa, docência e divulgação científica;
- *Instituto de Segurança Viária*: orientado ao desenvolvimento de ações de incentivo a condutas responsáveis e solidárias no trânsito;

- *Instituto de Ciências de Seguro*: desde 1989, estuda o mercado de seguros, gerência de riscos e administração de empresas na Espanha e América Latina;

- *Instituto de Cultura*: desenvolve ações de promoção e difusão da cultura, das artes e da literatura;

*Área de História*: desenvolve um conjunto de atividades orientadas à investigação histórica e à preservação e difusão do patrimônio documental e bibliográfico dos países latino-americanos;

- *Instituto de Ação Social*: promove projetos relacionados com a integração social das pessoas desfavorecidas na Espanha e em favor da infância e de sua integração social nos países ibero-americanos.

Na América Latina, onde atua desde 1990, a Fundación MAPFRE tem delegações na Argentina, Brasil, México e Venezuela. Além disso, existe a Fundación MAPFRE Guanarteme, que tem como objetivo fomentar o progresso social das Ilhas Canárias.



## Fundação MAPFRE – Brasil

As ações de responsabilidade empresarial coordenadas pela Fundación MAPFRE – Sucursal Brasil – daqui em diante denominada Fundação MAPFRE Brasil, como é conhecida no país – objetivam, fundamentalmente, fomentar a cidadania, a educação e o desenvolvimento econômico sustentável. Para tanto, sua atuação é dividida em cinco focos, a saber:

- 1. Prevenção de Acidentes;**
- 2. Arte e Cultura;**
- 3. Formação e Difusão da Cultura de Seguros;**
- 4. Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente;**
- 5. Ação Social.**

A Fundação age por meio do desenvolvimento de programas consistentes e de longo prazo, com o objetivo de promover educação, cidadania e saúde. Estes programas são complementados por ações direcionadas, como ações de incentivo à pesquisa e de promoção de fóruns de discussão sobre assuntos relevantes para a sociedade.

## Atividades desenvolvidas em 2006

Após a reestruturação de sua atuação em 2005, a Fundação MAPFRE Brasil passou por um processo de consolidação de suas atividades, sempre voltada para resultados mensuráveis de transformação social.

Em 2007, planeja-se a expansão estruturada dos programas com o intuito de ampliar a abrangência das ações de resultados já consolidados para novos estados e cidades. Desta forma, a Fundação potencializa seus esforços e assegura condições para alcançar seu objetivo de contribuir para o fortalecimento da cidadania e do desenvolvimento econômico sustentável do país.

O rol das principais realizações da Fundação MAPFRE Brasil em 2006 pode ser lido no capítulo “Relatório de realizações”.



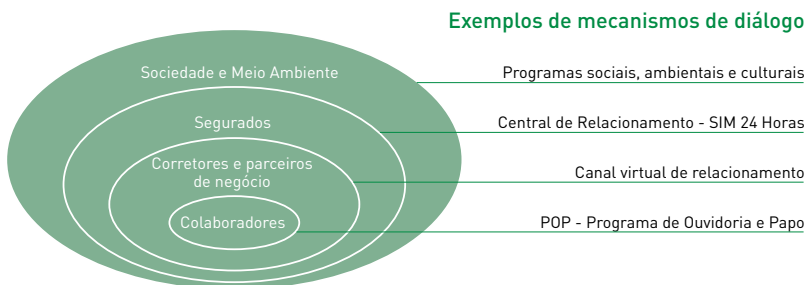
*Desempenho Social*  
*Relatório de Desempenho Social*  
*Relatório de Desempenho Social*  
*Relatório de Desempenho Social*  
*Relatório de Desempenho Social*  
**Relatório de Desempenho Social**  
*Relatório de Desempenho Social*  
*Relatório de Desempenho Social*  
*Relatório de Desempenho Social*  
*Relatório de Desempenho Social*  
*Relatório de Desempenho Social*

## Diálogo com as Partes Interessadas

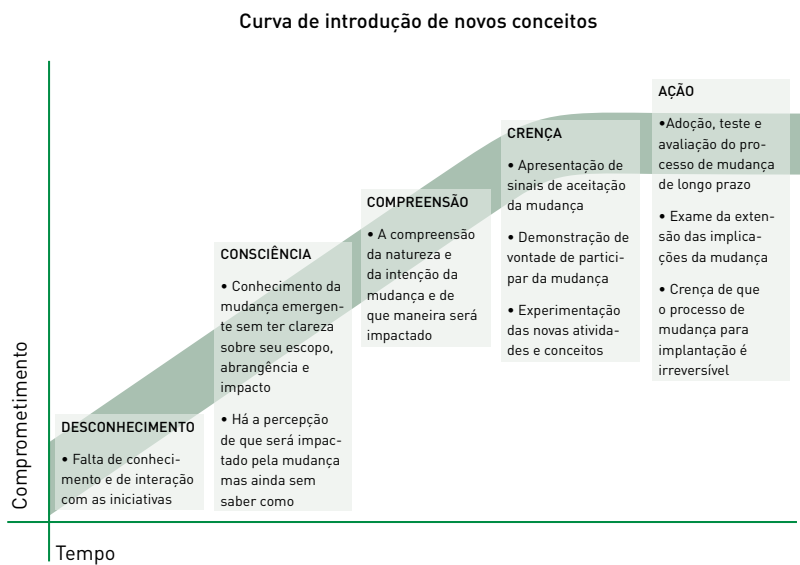
Com base em sua longa experiência e atuação no mercado de seguros e previdência, o Grupo MAPFRE consolidou uma série de compromissos para reduzir os riscos presentes nas atividades econômicas nos países em que atua, estabelecendo um ambiente em que parâmetros de garantia induzem ao crescimento sustentável.

Para isto, promove o relacionamento com diversos públicos e a interação entre eles, considerados enquanto parte da cadeia produtiva – colaboradores, parceiros de negócio, corretores e segurados –, e também, num olhar mais amplo, como a sociedade brasileira em geral.

A MAPFRE, ao assumir papel de liderança na busca do equilíbrio nas relações dos diferentes interesses destes públicos, tem como imprescindível a existência de mecanismos de diálogo que possibilitem a comunicação e a integração com a empresa.



Dentro do papel de articulador destes relacionamentos, a MAPFRE adota uma estratégia que tem dois objetivos: fomentar o crescimento econômico no setor de seguros e estimular a cidadania. Para atingi-los, o Grupo iniciou um processo de envolvimento social cujo primeiro passo é disseminar informações relevantes para que os públicos entendam o papel que podem desempenhar. O segundo passo é mobilizar todos os envolvidos na concretização de ações que contribuam para o desenvolvimento socioeconômico, conforme mostra o diagrama abaixo.



Neste sentido, a Fundação MAPFRE realizou em 2006 dois seminários sobre o tema “Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente”, mobilizando organismos públicos, privados e do terceiro setor na discussão de temas ambientais e de formas para garantir o desenvolvimento sustentável.

Em conformidade com a estratégia de envolvimento social adotada pelo Grupo, o próximo passo será envolver tais públicos na realização de um fórum mais amplo, que tenha como resultado a proposição de alternativas de grande alcance para as questões ambientais.

## Colaboradores

“O diferencial da MAPFRE é ter pessoas que fazem a diferença.”

Antonio Cássio dos Santos, Presidente da MAPFRE.

A Estratégia de Pessoas adotada pela MAPFRE sustenta-se em três pilares: alta performance, ambiente e reconhecimento. O Grupo desenvolve e constantemente reavalia mecanismos de gestão de pessoas a fim de implementar na prática estes princípios. As informações que seguem explicam como isso acontece.

### Diálogo e participação

A abertura para o diálogo e para a mudança é peça fundamental para o crescimento de uma empresa e de seus colaboradores. Neste sentido, a MAPFRE atua em duas frentes: a democratização do acesso a informações relevantes e a criação de mecanismos internos de comunicação.

#### Democratização do acesso a informações relevantes

O primeiro passo para garantir o envolvimento dos colaboradores nas decisões da empresa é garantir o acesso a informações relevantes. Assim, a MAPFRE possui diversas ferramentas para disseminar informações e facilitar a interação do colaborador com a empresa.

Em 2006, foi criado o **Papo Aberto MAPFRE (PAM)**, que ampliou o escopo de atuação e substituiu o programa anterior, Canal Aberto com RH. O PAM tem por objetivo disseminar informações relevantes para o colaborador por meio de veículos como a intranet, e-mails e cartazes. A intranet

divulga informações sobre benefícios e serviços oferecidos pela área de Recursos Humanos. Diariamente são enviados e-mails aos colaboradores a fim de difundir assuntos que são o alvo da Estratégia de Pessoas: alta performance, ambiente e reconhecimento.



O valor da **Atuação Ética**, baseado no princípio da transparência, é demonstrado na prática com iniciativas como o **Jurídico On-Line**, ferramenta que permite ao colaborador ter acesso a diversas informações importantes para o andamento das atividades da empresa, englobando desde dados cadastrais sobre o Grupo MAPFRE até artigos e pareceres sobre assuntos de relevância. Ao longo do ano de 2006, foram realizadas diversas atualizações no conteúdo da ferramenta, de forma a acompanhar a necessidade por informações dos colaboradores.

Também em 2006, foi criado o jornal **Tudo em Família**. Com periodicidade mensal, ele promove a integração de todos os colaboradores por meio da disseminação de notícias de todas as sucursais e da veiculação de artigos com sugestões para incrementar a qualidade de vida. As edições distribuídas ao longo do ano de lançamento proporcionaram reconhecimento às sucursais de melhor performance, noticiaram novos serviços, cultura espanhola, campanhas internas e nascimento de filhos dos colaboradores, e, por fim, disseminaram os resultados alcançados pelo Grupo.

### **Criação de mecanismos internos de comunicação**

Uma vez que o acesso a informações é necessário para o bom desempenho das atividades e para a contínua reavaliação de procedimentos e resultados, faz-se fundamental prover o colaborador de meios para expressar o que foi identificado, contribuindo para a melhoria geral dos processos internos da empresa e do seu relacionamento com o restante da cadeia produtiva.

O **Programa de Integração de Novos Colaboradores** é a primeira forma de comunicação da MAPFRE com o colaborador e é a maneira pela qual se garante que ele esteja ciente de todos os conceitos necessários para iniciar suas atividades, tais como a missão e a visão da empresa, o Código de Conduta e Bons Costumes, processos internos e as ferramentas de comunicação.

Em outubro de 2006, foi realizada a 3ª edição do **Encontro de Negócios MAPFRE**, com o objetivo de disseminar a missão, a visão, os valores e princípios da empresa, discutir resultados, estratégias

empresariais, responsabilidade social e, também, a cultura do Grupo. Participaram do evento mais de 1.200 colaboradores de São Paulo e de sucursais da região.

O **Canal do Colaborador** e o **Canal do Gestor** são outros dois mecanismos que garantem eficiência e rapidez na obtenção de informações para os colaboradores da MAPFRE. Por meio do **Canal do Colaborador**, os colaboradores podem acessar e atualizar dados relevantes de sua carreira e, também, solicitar serviços disponibilizados pela área de Recursos Humanos.

No **Canal do Gestor**, os colaboradores que têm cargo de liderança podem interagir com o sistema, a fim de realizar o planejamento e a gestão de sua estrutura organizacional.

Por fim, a MAPFRE mantém um relacionamento aberto com os sindicatos das categorias predominantes nas empresas do Grupo, de modo a conduzir negociações pautadas pela ética e respeito aos direitos dos colaboradores.

### **Respeito ao indivíduo**

O compromisso da MAPFRE com o respeito a todos os indivíduos, sejam eles colaboradores, fornecedores ou terceiros é primeiramente observável na obediência a toda a legislação sobre o respeito dos direitos da criança e do adolescente e, também, à não submissão a trabalho forçado ou análogo a escravo.

A MAPFRE apóia e adota iniciativas que representem oportunidades de crescimento profissional. No Programa de Estagiários desenvolvido para universitários, os estudantes conseguem conciliar a teoria aprendida na faculdade com a prática. Encerramos



3º Encontro de Negócios MAPFRE



Colaborador MAPFRE

o ano de 2006 com 43 estagiários e durante o ano 18 destes estagiários passaram a compor o quadro de Colaboradores efetivos da empresa.

**O Código de Conduta e Bons Costumes** MAPFRE explicita a política do Grupo de garantir que não ocorra discriminação negativa em seus processos, desde a seleção de novos colaboradores até a promoção de condições de trabalho. Um avanço que exemplifica este posicionamento foi o aumento de 38%, entre 2005 e 2006, na quantidade de mulheres que ocupam cargos de chefia na empresa, que passou de 56 para 77.

Assim, é com grande satisfação que o Grupo verifica o resultado da **Pesquisa de Clima Organizacional** realizada em 2006, que revelou que 85% dos colaboradores consideram a MAPFRE um excelente lugar para trabalhar.

## Aspectos do trabalho

### Desenvolvimento profissional

A Gerência de Desenvolvimento e Performance do departamento de Recursos Humanos tem como objetivo o desenvolvimento de lideranças, bem como a formação técnica, atração, retenção e avaliação de colaboradores por meio de ferramentas estratégicas e a capacitação do capital humano.

A atenção a formação técnica do colaborador foi reforçada com a constituição da Gerência de Aconselhamento em 2006, voltada especificamente a prover orientação profissional que auxilie o colaborador ao longo do desenvolvimento de sua carreira. Além disso, o colaborador pode gerir diversos aspectos de sua própria carreira por meio do **Projeto Visão de Carreira**, que se baseia no estudo de seu perfil comportamental.

Em 2006, foram investidos R\$ 1,07 milhão em desenvolvimento profissional e educação, que refletiram em um aumento de 41% em horas de treinamento destinado ao colaborador, passando de 89.742 horas em 2005 para 126.942 horas em 2006.

A MAPFRE disponibiliza diversos programas de capacitação e desenvolvimento profissional para seus colaboradores. Os cursos podem ser com presença em sala de aula, à distância (*e-learning*), de auto-estudo, específicos (mediante solicitação das diversas áreas da empresa) e cursos de idiomas. Dentre estes, destacam-se os seguintes:

- Programa de Desenvolvimento de Líderes – Com 88 horas de duração, o projeto utiliza uma metodologia moderna, a *Decision Mapping*, para facilitar a definição de objetivos, superação de obstáculos e montagem

de um plano de ação, além de trabalhar o papel do líder, auxiliando nos processos de mudança e inovação. Ao final do programa, os participantes desenvolvem um projeto que possa ser aplicado na Empresa. Em 2006, 62 colaboradores participaram do programa.

- Programa de Desenvolvimento de Multiplicadores – Capacita colaboradores para a condução eficaz de treinamentos técnicos e apresentações. Até o ano de 2006, 174 Colaboradores participaram desta iniciativa.
- Programa de Formação LOMA – Com duração de aproximadamente três anos, o programa de formação da *Life Office Management Association* (LOMA) é reconhecido internacionalmente e foi desenvolvido para o auto-estudo, oferecendo educação profissional no contexto da indústria de seguros e de serviços financeiros. Em 2006, a iniciativa contou com a participação de 75 colaboradores.
- Formação Seis Sigma – Pioneiro no setor de seguros no Brasil, este projeto integra a estratégia de implementação da cultura de alto desempenho da MAPFRE por meio de treinamentos voltados à aplicação contínua de melhorias nos processos da empresa. Em 2006, 312 colaboradores acessaram o portal e realizaram o curso.
- Aprendendo a Aprender - Portal de Conhecimento on-line disponível na Intranet, o programa oferece aos colaboradores informações sobre as áreas comuns, cursos sobre produtos, de interesse geral e também os exigidos por lei. Em 2006, foram lançados seis novos cursos, totalizando 75 cursos disponibilizados por esta ferramenta.
- Programa de Desarrollo (PDD) – Programa realizado no Centro de Formación, em Madrid, com carga horária de 300 horas. O objetivo é desenvolver habilidades nas áreas de gestão: Estratégia, *Marketing*, Comunicação, Responsabilidade Social, Gestão Econômico-Financeira, Recursos Humanos e de Tecnologia, entre outras. Em 2006, três colaboradores participaram do projeto.
- **Treinamento CESVI Brasil – Os treinamentos dos colaboradores da Central de Relacionamento - SIM 24h no Centro de Experimentação e Segurança Viária (CESVI) Brasil têm como objetivo capacitá-los para efetuar um perfeito atendimento técnico e, assim, em conjunto com os demais conhecimentos e conceitos ministrados, propiciar que o relacionamento com os clientes, corretores, segurados e terceiros atinjam os níveis de excelência preconizados pela MAPFRE. São realizados dois treinamentos: “Identificação e Reparo de Peças” e “Diagnóstico de Socorro Mecânico”.**

#### **Desempenho e reconhecimento**

Percebendo a importância da motivação dos colaboradores no desempenho de suas tarefas, a MAPFRE criou diversos projetos com o objetivo de analisar as potencialidades de sua equipe, proporcionando *feedback*, orientação e reconhecimento.

O **Sistema de Gerenciamento de Desempenho (SGD)** é uma ferramenta integrada ao Balanced Score Card (BSC) de uso contínuo para desenvol-



ver os recursos humanos da empresa. Constituiu-se numa técnica de direção imprescindível na atividade administrativa para identificar e solucionar dissonâncias na integração do colaborador com a empresa ou com o cargo que ocupa, de forma a incentivar *feedbacks* entre gestores e colaboradores e propiciar oportunidades de desenvolvimento e realocação.

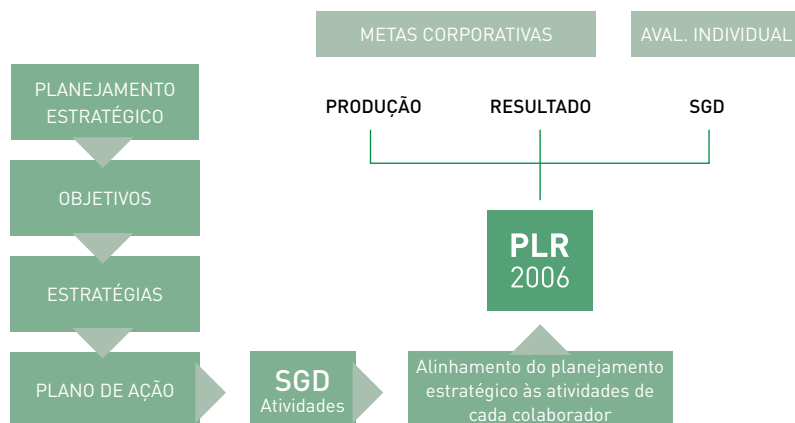
Em 2006, o SGD foi ampliado com o acréscimo de um mapeamento de competências e a descrição das atribuições dos cargos existentes, resultando na definição de metas claras para cada colaborador. Assim, todos os gestores foram treinados para a realização do mapeamento de competências para 100% dos profissionais que passaram pela avaliação.

a importância da harmonia e o trabalho em equipe para um resultado de alta performance.

O reconhecimento do bom desempenho do colaborador acontece, primeiramente, na disponibilização de oportunidades internas na Empresa, por meio do **Programa de Recrutamento Interno (PRI)**. Em 2006, 91 profissionais se beneficiaram do programa e mudaram suas áreas de atuação.

Além disso, o **Programa de Participação nos Lucros e Resultados (PLR)**, instituído em 1997, é mais uma forma de reconhecimento da contribuição dos colaboradores à Empresa e tem como principal objetivo compartilhar os resultados obtidos no período. O total distribuído como PLR no ano de 2006 atingiu aproximadamente R\$ 8 milhões, um incremento de 33% em relação ao ano anterior.

#### VISÃO GERAL DO PROCESSO



#### Evento de Alinhamento Estratégico

O evento teve o objetivo de compartilhar com os gestores da organização os resultados do Planejamento Estratégico de 2006, bem como, informar e alinhar os objetivos previstos no Planejamento de 2007. No total, participaram mais de 400 gestores. O encerramento deste evento contou com a participação de uma orquestra sinfônica que ressaltou

Em 2006, iniciamos o desenvolvimento de uma metodologia da Hay Group para cargos e salários, cujo objetivo é clarificar, por meio de descrições de cargos, as responsabilidades ao longo da cadeia funcional, bem como mensurar o peso e a importância de cada cargo dentro da estrutura mediante avaliação por pontos, proporcionando base para compor práticas internas de remuneração.

A concessão de benefícios é feita com base na estrutura de cargos e salários da MAPFRE, que embasa as normas de elegibilidade da Companhia. Para cada tipo de benefício existem normatizações específicas, disponíveis a todos colaboradores.

### Qualidade de vida

A MAPFRE investe no atendimento contínuo como forma de prestar a devida atenção e respeito às necessidades individuais de cada colaborador, entendendo e fornecendo ferramentas para solucionar problemas de sua vida pessoal, veja abaixo como funciona a ouvidoria interna da MAPFRE:

O **Programa de Ouvidoria e Papo (POP)**, foi lançado em junho de 2005, tem como principal objetivo prestar apoio pessoal, orientação e ajuda quando necessário para os colaboradores e sua família nas áreas de psicologia, pedagogia, fonoaudiologia, nutrição, condicionamento físico, enfermagem, assistência social, entre outros. Os beneficiários podem procurar atendimento para problemas pessoais, para apresentar sugestões e, se necessário, para denunciar ações que firam o Código de Conduta e Bons Costumes da MAPFRE.

**Em 2006, o programa prestou 12.272 atendimentos:**

- 5.960 serviços de nutricionista;
- 3.222 serviços de psicólogo;
- 1.159 serviços de fisioterapia;
- 895 serviços de personal trainer;
- 1.036 de outros serviços.

Em adição aos benefícios já oferecidos a seus colaboradores - palestras sobre diversos assuntos

relacionados à saúde, convênios com academias de ginástica, assistência médica e odontológica, auxílio creche/babá, seguro funeral, *check-up* médico para executivos e o programa de previdência MAPFRE PREV – em 2006, foi criado um **Programa específico de Qualidade de Vida** realizado durante duas semanas. As atividades do programa incluíram massagens, realização de trilhas ecológicas, incentivo a tratamentos complementares como acupuntura, yoga e reeducação alimentar, entre outras ações.

Outro diferencial do relacionamento da MAPFRE com seus colaboradores é o Projeto Carro Fácil, que facilita a compra pelos seus colaboradores de veículo recuperado de roubo ou furto com custos muito menores do que os praticados pelo mercado.

Destacam-se também as inspeções de riscos e de segurança e de proteção contra incêndio realizadas pela ITSEMAP do Brasil nos novos escritórios regionais e sucursais da MAPFRE Seguros, de forma a propiciar todas as condições de segurança adequadas e dentro do mais alto rigor técnico. Em 2006 foram vistoriados 46 novos escritórios do Grupo MAPFRE em todo o Brasil.

### Estímulo à cidadania

A MAPFRE entende que responsabilidade social é dever de todos, começando no ambiente de trabalho e indo até a participação efetiva nas atividades desenvolvidas para este fim.

### Escola de Estudos MAPFRE

Em 2006, Colaboradores voluntários da MAPFRE ministraram oito cursos a seus pares, com temas como Fundamentos de Seguros e Previdência,

Princípios de Matemática Atuarial, Seguro e Cooperativismo, Liderança, Administração do Tempo, entre outros. No total, participaram dos treinamentos 373 colaboradores.

### Campanha de Ação Social MAPFRE

Também em 2006, a Campanha de Ação Social MAPFRE mobilizou todos os colaboradores, dividindo-os em equipes de trabalho para realizarem ações que beneficiem comunidades carentes.

Com duração de três meses, a campanha resultou em:

- Arrecadação de 22 mil itens de alimentos e produtos de higiene e limpeza;
- Arrecadação de 12.626 peças de roupas e calçados;
- Encaminhamento de 277 voluntários para doações de sangue;
- Alta participação e envolvimento dos colaboradores.

“Apresentamos aos colaboradores uma oportunidade para praticar o bem, auxiliar o próximo, na qual o que eles ganhavam era a chance de exercer outros papéis na vida. A responsabilidade social é um dos valores da MAPFRE, e a imensa dedicação individual que vimos nesta ação demonstra que nosso time está em sintonia com um dos principais pilares de nossa Empresa.”

Antonio Cássio dos Santos, Presidente da MAPFRE



Ação Social MAPFRE

Por fim, as informações sobre iniciativas de responsabilidade empresarial da empresa ganharam um novo canal em 2006. O Informativo da Fundação MAPFRE, de periodicidade mensal, complementa canais já existentes, como a *Revista MAPFRE*, e ainda promove interação com o corpo de colaboradores.

### Segurados

A política do Grupo MAPFRE de relacionamento com o segurado baseia-se em seus princípios originários, de quando surgiu como uma cooperativa de agricultores na Espanha. Sua política está formalizada no Código de Conduta da Empresa, no qual afirma-se: “Buscamos a satisfação dos nossos clientes, por meio do respeito aos seus

direitos e da oferta de produtos e serviços que atendam às suas necessidades, considerando os objetivos empresariais da MAPFRE”.

### **Política de comunicação comercial**

O Grupo MAPFRE possui uma política de comunicação abrangente e alinhada com seus valores éticos e princípios. Por meio dela, procura estimular a comunicação de clientes e consumidores com a empresa, esclarecer aspectos inovadores de seus serviços ou que tenham causado dúvidas, sempre respeitando a legislação de defesa do consumidor.

### **Excelência no atendimento**

O respeito com o segurado reflete-se na estruturação comercial do Grupo. Isso pode ser percebido pela preocupação de aumentar o número de sucursais – em 2006, foi inaugurada a 100ª sucursal do Grupo – e centros de tramitação de sinistros, bem como de distribuí-los por todo o

território nacional. Atualmente existem 35.408 prestadores de serviço cadastrados no sistema, presentes em todo território nacional. Esta estruturação regionalizada resultou em maior autonomia das unidades para responder às demandas de seus segurados.

Na busca permanente por atender a setores específicos da sociedade, a MAPFRE desenvolveu canais alternativos de distribuição em conjunto com a rede de corretores, formando parcerias com cooperativas e associações de classe, empresas de utilidade pública, empresas de varejo, instituições financeiras e concessionárias, estabelecidas com a ajuda de um corretor de seguros especializado em cada segmento, permitem personalizar produtos de seguros e garantir a excelência no atendimento prestado para grupos de segurados com interesses comuns.

Como citado anteriormente, a MAPFRE, ao criar em 2002 sua central de atendimento ao consumidor – SIM 24h –, implantou diversos projetos que ampliassem as atribuições de centros de atendimento telefônico, normalmente voltados ao registro de manifestações, buscando postura proativa na ágil resolução das demandas de segurados e parceiros. Essas atribuições passam pelo desempenho de papéis cumulativos que vão desde a básica prestação de serviços de atendimento ao de ouvidor, de agente de mudanças, parceiro de negócios, até o de agente e canal de fidelização dos cliente. Foram implementados processos para aprimorar a qualidade dos produtos e serviços oferecidos, incluindo procedimentos para mapeamento das causas de problemas frequentes ou de alto impacto.

Um dos fatores que reflete nos serviços diferenciados do SIM 24h é o sistema de avaliação dos colaboradores, que não inclui entre os itens avaliados o Tempo Médio de Atendimento (TMA).

Distribuição da rede de prestadores de serviço MAPFRE



Por terem consciência de que não são avaliados neste quesito, os colaboradores se sentem livres e incentivados a privilegiar a qualidade do atendimento, embora saibam da importância relativa do TMA e conheçam sua performance média por operação.

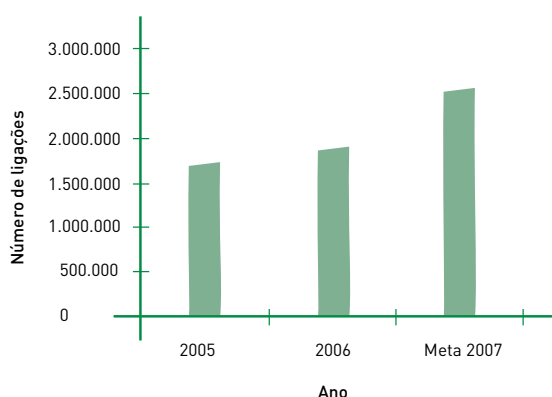
Todas essas ações fizeram com que o SIM 24h deixasse de ser uma Central de Atendimento e passasse a ser uma Central de Relacionamento com o Consumidor.

Como reflexo do conjunto de iniciativas desenvolvidas pelo Grupo, observou-se em 2006 maior intensidade de interação com seus clientes e, em consequência, um aumento no volume de chamadas atendidas. Entretanto, em uma das principais operações, na área captação e aviso de sinistros, observa-se a redução de 20% no volume de chamadas por serviço solicitado. Isto em decorrên-



Colaboradores MAPFRE

Total de ligações atendidas pelo SIM 24 horas



cia das várias medidas adotadas de melhorias de processos e procedimentos, não só no SIM 24h mas também nas áreas demandantes dos serviços, inclusive pela implementação de vários projetos utilizando a metodologia Seis Sigma. Essas melhorias e simplificações refletem diretamente

na melhoria da qualidade de serviços e atenção aos clientes. A previsão de chamadas para 2007 contempla a entrada de novos serviços a serem implementados no SIM 24h.

Entre as principais ações de responsabilidade social incorporadas na rotina de atendimento ao consumidor, destacam-se as seguintes:

1. **Respeito ao segurado:** O processo de Gestão de Ocorrências e Reclamações (GOR) garante que todas as ocorrências, reclamações ou outras demandas que não são resolvidas ou atendidas dentro da própria operação de atendimento sejam encaminhadas às respectivas áreas de origem do

problema, para que possam ser resolvidas. A central de relacionamento continua monitorando o caso até a sua solução final, de forma a garantir o cumprimento dos prazos. Caso o cliente não se considere atendido, o SIM 24h orienta o encaminhamento à Ouvidoria para análise e decisão final.

**2. Ouvidoria:** A MAPFRE foi a primeira empresa de seguros a obter o registro da sua Ouvidoria na Superintendência de Seguros Privados (SUSEP), após o movimento estimulado por aquele órgão à auto-regulamentação do mercado de seguros.

**3. Defensor do segurado:** Trata-se de um recurso de defesa dos direitos do segurado que garante equilíbrio nas relações entre a Empresa e seus clientes. Sempre que se sentir prejudicado, o segurado pode se utilizar da intervenção de um advogado de competência reconhecida e de moral ilibada, que atua de forma independente e possui alçada para resolver as reclamações dos clientes insatisfeitos com as decisões já proferidas pela Companhia, tendo sua resolução caráter vinculante. É um meio de o consumidor contestar as decisões da Seguradora sem precisar procurar a Justiça comum. A transparência desse processo pode ser pontuada pela existência de um regulamento aprovado pelo Conselho de Administração, que se encontra registrado em cartório e publicado no Manual do Segurado que acompanha a apólice, além da possibilidade da sua utilização ser lembrada ao segurado no texto da carta a ele enviada em eventuais casos de negativa de pagamento de sinistro.

Sempre que se sentir prejudicado, o segurado pode se utilizar da intervenção do Defensor do Segurado, um advogado de reconhecida competência e de moral ilibada, que atua de forma independente e possui alçada para resolver as reclamações dos clientes insatisfeitos com as decisões já proferidas pela Companhia, tendo sua resolução caráter vinculante.

**4. Reverse Mentoring:** O *Reverse Mentoring* é um conceito que busca evidenciar as necessidades de uma das partes do relacionamento, os segurados, para que a outra – no caso, a MAPFRE – implemente as mudanças requisitadas, antecipando-se a eventuais desgastes ou reclamações. Os casos que têm uma grande incidência, por exemplo, são separados e analisados um a um por analistas de qualidade em fóruns internos da MAPFRE. A idéia é criar novas estratégias capazes de influenciar toda a empresa para que tais situações possam ser evitadas.

**5. Feedback reverso:** Este programa tem por objetivo fazer do atendente o porta-voz do cliente para toda a empresa. Para isto disponibilizaram-se aos atendentes plantões semanais, em complementação à supervisão e monitoria, nos quais eles podem levar à área de Desenvolvimento da Qualidade da Central de Relacionamento SIM 24h os principais problemas identificados. Essas informações, sugestões ou percepções dos atendentes são recebidas como a “voz do cliente” e tratadas num estudo de caso no conjunto das atividades de *reverse mentoring*, em que a área de Qualidade do

Prêmios e reconhecimentos concedidos pela ABT Associação Brasileira de Telesserviços	
2003	"De Central de Atendimento a Central de Relacionamento – De Centro de Custo a Centro de Resultado"
	TROFÉU OURO na categoria
	Melhor Empresa com <b>Telemarketing</b> Próprio – Receptivo
2004	"A Força do <b>Reverse Mentoring</b> Tendo o Cliente como Protagonista na Gestão do Relacionamento"
	TROFÉU PRATA na categoria Melhor Operação de Relacionamento em <b>Call Center</b> Próprio ou Terceirizado (Receptivo)
	"Quebrando Paradigmas na Comunicação Assimétrica: Relacionamento Real no Mundo Virtual"
2006	TROFÉU PRATA na categoria Melhor Sistema com Internet
	"Quem ouve seus clientes todos os dias precisa ser ouvido por você"
2006	TROFÉU OURO na categoria Melhor Contribuição em Recursos Humanos

SIM 24h atua como agente de mudanças numa ação conjunta com as demais áreas da Companhia.

## Corretores e Parceiros de Negócios

A MAPFRE acredita que o desenvolvimento sustentável se constrói imprescindivelmente a partir de ações conjuntas com seus parceiros de negócio e sua rede de corretores.

Desta maneira, realiza ações com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento do setor de seguros no país, fornecendo programas de estímulo ao crescimento, promovendo cursos de capacitação e fornecendo suporte técnico à sua rede de corretores. Estas ações, permeadas pelos princípios éticos e valores da MAPFRE, estabelecem as bases para a construção de parcerias duradouras.

## Política de relacionamento

A política de contratação dos fornecedores da MAPFRE, prevista em seu Código de Conduta e Bons Costumes, orienta explicitamente seus funcionários a não contratar "terceiros de reputação duvidosa". Além disso, estabelece a necessidade de que se verifique previamente as eventuais restrições cadastrais e a qualidade dos serviços prestados pelo fornecedor a seus atuais clientes, para constatar a idoneidade, a estrutura e a imagem que a empresa a ser contratada tem no mercado. O Código também proíbe que o colaborador receba brindes ou vantagens de fornecedores em quaisquer circunstâncias.

Em consonância com seus próprios princípios de atuação, a MAPFRE inclui contratualmente como critério a prática efetiva de processos éticos de gestão das informações de caráter privado obtidas em suas relações com clientes ou com o mercado em geral.

Outra preocupação é garantir que os produtos adquiridos sejam de origem legalizada, não sendo falsificados ou fruto de roubo de cargas. Isso é feito por meio da exigência de que o fornecedor apresente nota fiscal ou guia de importação, no caso de produtos estrangeiros.

## Equilíbrio nas relações

O Grupo MAPFRE desenvolve diversos tipos de relacionamento com seus parceiros de grande e pequeno porte, incluindo mais de 130 empresas com as quais estabeleceu uma relação de parceria

baseada em ética, transparência de informações, confidencialidade entre as partes, conforme os critérios estabelecidos em contrato e no Código de Conduta e Bons Costumes.

O Grupo procura trabalhar com fornecedores de comprovada capacidade técnica, comprometidos com a satisfação de seus clientes, garantindo a qualidade de serviços, o cumprimento dos prazos e preços justos. Mantém-se relação contratual dentro dos parâmetros legais de co-responsabilidade pelo cumprimento das obrigações trabalhistas e previdenciárias.

A rede de corretores MAPFRE tem à sua disposição um instrumento de auxílio disponibilizado pela Central de Relacionamento SIM 24h, pelo qual recebem atendimento personalizado, e o Help Desk, que oferece suporte técnico em sistemas informáticos.

As sugestões e reclamações dos corretores e prestadores de serviço são transmitidas à empresa por meio do SIM 24h, que acompanha a resolução dos problemas apontados.

### **Apoio ao desenvolvimento**

Como foi dito anteriormente, o ano de 2006 foi de intenso crescimento para a MAPFRE. O Grupo inaugurou sua 100ª sucursal e encerrou o período com mais de 35 mil parceiros de negócio cadastrados no sistema da empresa, presentes em todo território nacional.

A expansão geográfica foi bem sucedida, pois contou com projetos que garantiram o aprimoramento profissional dos novos parceiros por meio de programas de capacitação e disseminação de

informações sobre produtos e técnicas de venda. Tais ações têm garantido uma rede crescente de corretores fidelizados à MAPFRE e a baixa rotatividade da equipe. Para tanto, o grupo possui o MAPFRE Centro de Formação, que capacita a rede de corretores por meio de cursos à distância (*e-learning*) e presenciais.

Em 2006, 2.489 alunos frequentaram o curso à distância e 1.677 alunos o curso presencial, ambos realizados mensalmente com uma carga horária de oito horas.

Os cursos de capacitação envolveram a discussão de diversos temas, como, por exemplo, a revisão de conceitos básicos da técnica de remoção e formas de abordagem e tratamento de clientes em situação de estresse.

Além disso, a preocupação da MAPFRE com o aprimoramento profissional contínuo de seus parceiros resultou na formulação do Guia de Relacionamento dos Prestadores de Serviço, um documento que contém todas as orientações para um atendimento eficiente e de qualidade, que será distribuído em 2007 a todos os prestadores de serviço.

### **Desenvolvimento e qualidade**

O relacionamento da MAPFRE com seus prestadores de serviço está baseado em um contrato, assinado após a avaliação pelo Grupo da capacidade do prestador de oferecer atendimento de qualidade e dentro dos padrões da MAPFRE. Periodicamente são realizadas visitas, programadas ou não, às bases dos prestadores de serviço para credenciamentos, manutenção e vistoria dos equipamentos. No ano de 2006, os caminhões-



guincho credenciados foram personalizados, o que garantiu a associação dos serviços e padrão de qualidade à marca MAPFRE.

Como exemplo de incentivo dado à rede de corretores vinculados à MAPFRE, pode-se citar o programa de participação nos lucros da Empresa e a realização de várias campanhas de motivação. O objetivo é desenvolver, no longo prazo, os negócios dos parceiros, incentivando-os a aprimorar técnicas e ferramentas de trabalho e potencializando os ganhos de produtividade para toda a cadeia de valor, o que propicia ganhos para o conjunto do segmento.

## Governo e Sociedade

Desde a formação do Grupo MAPFRE, em 1933, como uma cooperativa agrícola, uma série de princípios não escritos de responsabilidade empresarial definiam a sua conduta em relação à sociedade. Em 2000, estas diretrizes foram substanciadas no Código de Conduta e Bons Costumes, corpo de normas e princípios que determinam a ética empresarial a ser seguida pelo Grupo e por todos os seus colaboradores, tais como a necessidade do cumprimento de obrigações legais e a transparência na gestão e na comunicação com a sociedade, com colaboradores, investidores e parceiros de negócio.

O conjunto das ações direcionadas ao governo e à sociedade pode ser entendido em cinco grandes dimensões, conforme mostra o diagrama ao lado: Transparência nas relações; Atuação integrada com o poder público e a sociedade; Fomento ao desenvolvimento econômico; Estudos e ações para a segurança viária; e Fomento ao desenvolvimento social.

Conjunto das ações desenvolvidas pela MAPFRE relacionadas ao governo e à sociedade podem ser entendidas por meio do diagrama abaixo:



## Transparência nas relações

O Código de Conduta e Bons Costumes da MAPFRE é o instrumento que estabelece normas de comportamento dos colaboradores, de forma a garantir que as relações internas e externas da empresa sejam marcadas por transparência e ética.

O Código destaca que a “MAPFRE não participa de contribuições ou financiamento de campanhas políticas”. Proíbe-se, desta maneira, que os colaboradores façam, em nome da empresa, qualquer tipo de ação que resulte em demonstração de preferência política.

Além disso, quanto ao relacionamento com a concorrência, o Código de Conduta e Bons Costumes do Grupo proíbe qualquer forma de concorrência desleal, de práticas comerciais antiéticas ou de utilização de trustes e cartéis que possam causar prejuízos à livre concorrência e aos clientes. Caso haja necessidade de conseguir informações de mercado, o que é considerado lícito, o colaborador deve fazê-lo de modo ético, de acordo com os princípios da moral e dos bons costumes.

A MAPFRE estabelece que seus colaboradores não aceitem presentes ou brindes, objetivando a transparência nas relações com segurados, parceiros de negócios e corretores.

Quanto às ações da empresa para prevenir produtos piratas ou de origem ilegal, exige-se que o fornecedor apresente nota fiscal ou guia de importação, no caso de produtos estrangeiros. Assim, assegura-se que os produtos adquiridos possuem origem legalizada, não sendo falsificados ou fruto de roubo de cargas.

Todos os colaboradores do grupo recebem o Código de Conduta e Bons Costumes quando ingressam na organização. Desta maneira, eles ficam cientes de suas obrigações e da maneira como o Grupo aconselha-os a agir. Caso descumpriam tais regras, os colaboradores recebem penalidades, que vão desde a advertência verbal até a possibilidade de demissão.

### **Fomento ao desenvolvimento econômico**

A MAPFRE acredita que importantes transformações sociais advêm da mobilização de lideranças da sociedade. No exercício de seu papel de fomentar o desenvolvimento econômico sustentável, a Empresa utiliza-se de seu poder de agremiação de lideranças empresariais, governamentais e da sociedade civil organizada, além de mobilizar seu próprio corpo técnico especializado, para auxiliar na regulamentação setorial e na promoção de fóruns de discussão de temas relevantes para o desenvolvimento sustentável.

A MAPFRE, em 2006, iniciou o desenvolvimento de ações estruturadas em parceria com a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp)



II Seminário Fundação MAPFRE

e a Secretaria Estadual do Meio Ambiente de São Paulo para incentivar discussões que envolvam governo, terceiro setor e iniciativa privada em temas ambientais com alto impacto e relevância para o desenvolvimento econômico.

Em julho de 2006, realizou-se o I Seminário Fundação MAPFRE de Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente, que discutiu diversos aspectos do licenciamento ambiental. Em novembro, o II Seminário voltou-se aos mecanismos de desenvolvimento limpo baseados em créditos de carbono.

Veja mais sobre os seminários realizados pela MAPFRE no tópico “Relatório de Realizações”.

### **Estudos e ações para segurança viária**

O desenvolvimento sustentável está amplamente relacionado com a preservação do meio ambiente e da saúde e bem-estar do homem. O homem contemporâneo, dinâmico e em constante movimento, expõe-se diariamente no trânsito ao realizar suas atividades cotidianas.

A segurança no trânsito hoje é uma das maiores fontes de ofensa à vida dos brasileiros, principalmente de jovens até 23 anos. Dados do Denatran indicam que cerca de 26 mil pessoas foram vítimas fatais de acidentes de trânsito no ano de 2005<sup>5</sup> no Brasil. No entanto, entidades que lutam por um trânsito menos violento, como a Fundação Vida Urgente, afirmam que o número de mortes ultrapassa 60 mil por ano. Isso se explica pelo fato de as estatísticas oficiais só considerarem como mortes no trânsito os incidentes em que o óbito acontece no local do acidente. Quase 70% dessas pessoas, porém, morrem a caminho do hospital ou após nele chegar. Este número tem crescido anualmente, o que é motivo ainda maior de preocupação para a sociedade.

Consciente deste problema, o Grupo MAPFRE, por meio do Centro de Experimentação e Segurança Viária (CESVI), e em parceria com órgãos públicos e entidades da iniciativa privada, realiza pesquisas e campanhas com o objetivo de promover a segurança viária brasileira.

Em 2006, a MAPFRE promoveu os estudos “Visibilidade Traseira” e “Ver e Ser Visto no Trânsito à Noite”. O primeiro mostrou a condutores o quanto é possível enxergar a partir do retrovisor interno do veículo e o segundo mostrou a importância de sinalizar adequadamente o local de um acidente ou uma parada na via.

Foi estabelecido ainda convênio de cooperação com a Companhia de Engenharia de Tráfego de São Paulo (CET-SP) para treinar os agentes de trânsito na reconstituição de acidentes. E, em conjunto com a Unicamp, foi feito um *crash test* para verificar a eficiência do primeiro *dummy* brasileiro de criança (boneco usado em testes), que vai viabilizar os testes com cadeirinhas para crianças. Atuando em câmaras temáticas organi-

zadas pelo Conselho Nacional de Trânsito (Contran) como membro da Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados e de Capitalização (FENASEG), a MAPFRE contribuiu para a definição de normas técnicas que regulam a segurança no trânsito no país.

Em 2006, o Grupo MAPFRE, por meio do Centro de Experimentação e Segurança Viária (CESVI), participou da formulação de diversas normatizações:

- Lei Complementar 121, sobre o Sistema Nacional de Prevenção, Fiscalização e Repressão ao Furto e Roubo de Veículos e Cargas;
- Identificação e Registro de Tratores;
- Nova resolução para Classificação de Danos e Avaliação do Procedimento;
- Norma de Testes de Veículos.

Em 2006, foram realizadas campanhas em São Paulo, na Feira Livre do Automóvel (encontro de compradores e vendedores de veículos), e em Indaiatuba (SP), com distribuição de panfletos à população, sinalização na cidade e palestras para os profissionais de trânsitos e técnicos de segurança de empresas da região.

#### **Repare Bem – Formação de Jovens Profissionais em Funilaria e Pintura**

O Grupo MAPFRE, por meio do CESVI, também desenvolve o projeto Repare Bem, cujo intuito é contribuir em duas importantes questões brasileiras: a carência de mão de obra qualificada e especializada no mercado de segurança viária e a

<sup>5</sup>As estatísticas oficiais do ano de 2006 não estavam disponíveis até a data de fechamento deste texto.

grande dificuldade vivida por jovens carentes de encontrar oportunidades profissionais.

O Projeto Repare Bem tem como objetivo capacitar jovens de 16 a 18 anos para atuar profissionalmente no setor automotivo.

Os jovens são treinados em instituições sem fins lucrativos, por meio de uma parceria com o CESVI, e depois encaminhados para trabalhar em empresas ou oficinas da região. É uma maneira de melhorar a qualificação do segmento reparador, treinando os jovens no uso de tecnologias que o Centro de Pesquisa recomenda e que a competitividade exige.

Atualmente o projeto engloba duas entidades, uma no estado de São Paulo e outra no Rio de Janeiro, e já formou mais de 100 jovens, que foram encaminhados para empresas da região.

### **Fomento ao desenvolvimento social**

#### **Fundo MAPFRE de Ação Social**

O Fundo MAPFRE de Ação Social foi desenvolvido em 2006 com o objetivo de realizar investimentos programados monitorados em entidades não governamentais.

Para tanto, concebeu-se uma metodologia de seleção de entidades que reconhecidamente realizam trabalhos de inserção social com crianças e adolescentes e definiram-se indicadores de acompanhamento das atividades planejadas.

As quatro entidades selecionadas foram previamente aprovadas pelo Fundo Municipal da Criança e do Adolescente da Prefeitura de São Paulo (FUMCAD), mecanismo instituído para

direcionar recursos a projetos de proteção aos direitos da criança e do adolescente.

A metodologia e os resultados das iniciativas aqui listadas encontram-se descritos no tópico “Ação Social”.

### **Atuação integrada com o poder público e a sociedade**

A MAPFRE, por meio de sua Fundação, desenvolve projetos em cooperação com os governos Federal, estaduais e municipais, pois acredita que a única maneira de gerar transformação social é estabelecendo parcerias com setores relevantes da sociedade.

**O Grupo MAPFRE investe em um conjunto de ações de longo prazo, planejadas e monitoradas em parceria com organizações idôneas, que tragam benefícios para a sociedade e que adotem conduta ética clara.**



Ação Social MAPFRE

### Programa Cine-Educação

Em parceria com a Secretaria Estadual de Educação de São Paulo, o Ministério da Cultura e a Cinemateca Brasileira, a MAPFRE desenvolveu o Programa Cine-Educação. Em mais de dois anos de existência, suas atividades envolveram aproximadamente 26 mil alunos da rede pública de ensino fundamental e médio e capacitou mais de 600 professores para trabalhar a linguagem audiovisual em sala de aula. Em 2006, o programa ampliou sua atuação para a cidade de Diadema (Grande São Paulo), a partir de parceria firmada com a Secretaria Municipal de Educação da cidade.

### Programa Educação Viária é Vital

Em seus três anos de atividade, o Programa Educação Viária é Vital, também realizado em parceria com a Secretaria Estadual de Educação de São Paulo, já envolveu mais de 2,29 milhões de alunos da rede pública de ensino fundamental e médio.

Em 2006, o programa ampliou seu escopo de atuação para o estado do Maranhão, tendo sido firmadas parcerias com a Secretaria Estadual de Educação do Maranhão (Seduc-MA) e a Secretaria Municipal de Educação de São Luís (Sedem).

### Cine Maior Idade

Em 2006, a Fundação MAPFRE, juntamente com a Nossa Caixa MAPFRE Vida e Previdência, desenvolveu um projeto de promoção de saúde integral e inserção social para a terceira idade. O projeto piloto envolveu 11 entidades especializadas no atendimento de idosos e promoveu sessões de cinema e atividades de socialização com 370 participantes do projeto.



Projeto Piloto - Cine Maior Idade

O projeto piloto contou com a participação das seguintes entidades parceiras:

- Cinemateca brasileira;
- Ministério da Cultura (MinC);
- Instituto de Previdência Municipal de São Paulo (Ipem);
- Associação dos Funcionários Aposentados e Pensionistas do Banco Nossa Caixa (Afa-ccesp);
- Lar Sant'Ana;
- Núcleo de Estudos e Pesquisa do Envelhecimento (Nepe/PUC-SP).

## Meio Ambiente

### Comprometimento com a qualidade ambiental

Os desastres ambientais cada vez mais constantes fazem com que se questione a responsabilidade das empresas na preservação dos recursos ambientais, de forma a diminuir os impactos

da atividade humana sobre o meio ambiente. Neste sentido, o Grupo MAPFRE atua na gestão de riscos e para minimizar as conseqüências de situações adversas, principalmente por meio de sua subsidiária ITSEMAP – Serviços Tecnológicos MAPFRE.

A ITSEMAP do Brasil, ao longo do ano de 2006, ampliou suas atividades nas áreas de gestão de riscos e meio ambiente. Atuando em cooperação com seus clientes e parceiros, contribuiu de forma significativa para a melhoria dos processos industriais, da prevenção de acidentes e para a qualidade de vida de trabalhadores e do meio ambiente como um todo.

#### **Análise e gerenciamento de riscos ambientais**

Em 2006, obtiveram-se avanços significativos na análise e gerenciamento de riscos ambientais, destacando-se diversos trabalhos voltados para a identificação e avaliação de riscos a diferentes ecossistemas (ar, água e solo) devido à existência de áreas contaminadas e com possibilidade de comprometimento à saúde da população exposta.

Outra área de grande avanço nos trabalhos de meio ambiente desenvolvidos em 2006 diz respeito à realização de avaliações para a redução de emissões atmosféricas em instalações industriais, contribuindo, assim, para a melhoria da qualidade do ar em regiões consideradas saturadas em termos de poluição aérea.

As ações do Grupo MAPFRE, por meio da ITSEMAP do Brasil, na área de análise e gestão de riscos contemplaram, também, a realização de estudos de análise de riscos de projetos de

ampliação das redes de gás natural no país e de modernização de diversas refinarias brasileiras.

Os estudos realizados nas refinarias trouxeram melhorias na qualidade dos combustíveis de forma a atender os padrões ambientais mais avançados do mundo, propiciando assim o aumento da qualidade do ar e, conseqüentemente, da qualidade de vida da população brasileira. Outra importante ação foi a revisão e atualização de um plano de respostas a emergências em uma das principais indústrias siderúrgicas brasileiras.

#### **Educação e conscientização ambiental**

Ao longo de seus 20 anos de atuação no Brasil, a ITSEMAP se tornou referência em termos de capacitação técnica na área de segurança e gerenciamento de riscos.

No ano de 2006, importantes eventos foram realizados com o objetivo de capacitar técnicos e profissionais de todo o país. Merecem destaque os exercícios práticos de simulação para resposta a grandes acidentes ambientais, como, por exemplo, o derrame de produtos químicos no mar.

Além do trabalho específico da ITSEMAP, o Grupo MAPFRE promove campanhas de conscientização de consumo de energia e água para seus colaboradores e faz manutenções periódicas preventivas em suas instalações, de forma a garantir o funcionamento adequado de equipamentos e, assim, evitar desperdícios e perdas desnecessárias de água e energia elétrica.

### Fomento de discussões da questão ambiental

A MAPFRE também promove iniciativas que têm como objetivo fomentar um amplo fórum de discussão técnico-empresarial sobre temas relevantes para as empresas e para a sociedade, cujo objetivo é contribuir para o desenvolvimento econômico responsável e seguro e para a formação de cidadãos conscientes em relação à gestão de risco e meio ambiente.

Em 2006, ocorreram os dois primeiros Seminários Fundação MAPFRE de Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente, realizados em parceria com entidades de reconhecido papel na sociedade, entre as quais a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) e a Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo.

O I Seminário, realizado em 19 de julho de 2006, teve como tema o licenciamento ambiental e como palestrantes Walter Lazzarini, presidente do Conselho Superior de Meio Ambiente da Fiesp (Cosema/Fiesp), Pedro Stech, diretor do Departamento de Avaliação de Impacto Ambiental da Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo, e Tomás Arévalo Fernández, diretor de Meio Ambiente da ITSEMAP Espanha.

O II Seminário foi realizado em novembro de 2006 e teve como tema os mecanismos de desenvolvimento limpo, com destaque para as discussões sobre os créditos de carbono. Os palestrantes foram José Goldenberg, então secretário do Meio Ambiente do Estado de São Paulo, e Marco Antônio Fujihara, do Instituto Totum, que mantiveram um intenso debate com a platéia sobre os principais desafios que o Brasil enfrenta na área.



Revista Gerência de Riscos e Seguros

Outra iniciativa é a publicação da *Revista de Gerência de Riscos*, dirigida aos principais tomadores de decisão da área de gestão de risco de um conjunto de empresas que mantêm relações com a MAPFRE, seja como clientes, seja como colaboradores de negócios.

### Gerenciamento do impacto ambiental

A MAPFRE desenvolve iniciativas voltadas a minimizar o impacto de suas atividades sobre o meio ambiente. Assim, encaminha todos os papéis e documentos descartados para empresas de reciclagem. Todos os computadores, quando em condição de uso, são doados a instituições assistenciais e, quando apresentam más condições, são encaminhados a empresas de reciclagem especializadas em receber equipamentos que contêm peças prejudiciais ao meio ambiente.





Relatório de Desempenho Econômico  
ECONÔMICO  
Relatório de Desempenho  
Relatório de Desempenho Econômico  
ECONÔMICO  
Relatório de Desempenho

## Segurança para o Desenvolvimento Econômico Sustentável

A contribuição de uma empresa seguradora como a MAPFRE para o crescimento econômico sustentável consiste, fundamentalmente, na minimização dos riscos – sociais, econômicos e ambientais – inerentes ao processo de desenvolvimento da sociedade.

Neste sentido, vale ressaltar que o ano de 2006 foi de grande crescimento para o Grupo, que obteve receita equivalente a R\$ 2,6 bilhões – 35,2% maior do que no ano anterior.

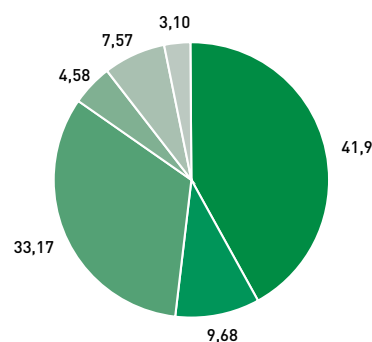
Destaca-se também a contribuição da empresa para o desenvolvimento socioeconômico na geração de empregos diretos, que totalizaram 1,7 mil postos de trabalho ao longo de sua cadeia produtiva, suscitando a manutenção de 10 mil empregos indiretos.

### Reconhecimento

A revista IstoÉ Dinheiro elegeu a MAPFRE, em seu guia As Melhores da Dinheiro 2006, a melhor empresa de seguros do Brasil, primeira também no ranking em Inovação e Tecnologia e Sustentabilidade Financeira do setor de seguros.

O valor e a distribuição da riqueza gerada pelo Grupo podem ser identificados no Quadro Consolidado do Valor Adicionado (vide demonstrativo) e no gráfico abaixo.

Valor adicionado distribuído (em%)



Legenda	2006	
Custos e devoluções de atividade	1.183.973	41,90%
Aumento das reservas e da poupança acumulada	(273.565)	9,68%
Custo do valor adicionado	(937.153)	33,17%
Custo do valor adicionado para recursos humanos	(129.368)	4,58%
Custo do valor adicionado para governo	(213.832)	7,57%
Valor retido pela empresa	(87.682)	3,10%
<b>Total da riqueza gerada</b>	<b>(2.825.573)</b>	<b>100,00%</b>

## Demonstração Consolidada do Valor Adicionado

RS Mil	2006	2005
<b>Receita total com IOF (riqueza gerada)</b>	<b>2.825.489</b>	<b>2.058.625</b>
De Prêmios de Seguros + Receitas Operacionais de Seguros De Planos Previdenciários	2.654.631	1.964.666
+ Receitas Operacionais de Prev. Complementar	83.974	49.562
(-) Cessões e Repasses p/Congêneres	(263.090)	(239.147)
(+) Receitas s/Aplicações Financeiras	246.014	188.335
(+) IOF (sobre Prêmios de Seguros)	103.960	95.209
<b>Custos e devoluções de atividade</b>	<b>(1.183.973)</b>	<b>(905.394)</b>
Custo Final da Preservação da Riqueza Segurada (Sinistros Líquidos)	(1.120.341)	(860.442)
Benefícios Pagos e Resgates + Remuneração Complementar aos Planos Previdenciários (Excedente Financeiro)	(63.632)	(44.952)
<b>Aumento das reservas e da poupança acumulada</b>	<b>(273.565)</b>	<b>(253.755)</b>
Aumento das Reservas para Preservação da Riqueza Segurada	(234.710)	(224.188)
Acumulação das Reservas dos Planos Previdenciários	(38.855)	(29.567)
<b>Valor adicionado bruto</b>	<b>1.367.951</b>	<b>899.476</b>
<b>Custo do valor adicionado</b>	<b>(937.153)</b>	<b>(596.620)</b>
(-) Comissões Pagas aos Corretores	(588.748)	(380.059)
(-) Marketing	(1.920)	(1.588)
(-) Serviços Contratados de Terceiros	(50.977)	(33.462)
(-) Despesas Gerais	(295.508)	(181.511)
<b>Valor adicionado por terceiros</b>	<b>84</b>	<b>8.706</b>
Resultado Não Operacional	84	8.706
Valor Adicionado Recebido em Transferência	-	-
<b>Valor adicionado à disposição da Mapfre</b>	<b>430.882</b>	<b>311.562</b>
<b>Distribuição do valor adicionado à disposição da Mapfre</b>		
<b>Remuneração do trabalho</b>	<b>(129.368)</b>	<b>(105.301)</b>
Remunerações	(78.223)	(64.152)
Encargos Sociais	(29.107)	(20.176)
Benefícios	(22.038)	(20.973)
<b>Remuneração do governo</b>		
<b>Tributos e Contribuições</b>	<b>(214.600)</b>	<b>(160.953)</b>
PIS	(8.748)	(5.823)
COFINS	(51.595)	(36.086)
CPMF	(8.104)	(6.837)
CSLL	(10.363)	(3.648)
<b>Impostos e Taxas</b>		
IRPJ	(28.323)	(10.547)
IOF (sobre Prêmios de Seguros)	(103.960)	(95.209)
Outros	(3.507)	(2.803)
<b>Valor retido</b>	<b>(86.914)</b>	<b>(45.308)</b>
Incorporação ao Patrimônio Líquido (*)	(86.914)	(45.308)
<b>Distribuição do valor Adicionado à disposição da Mapfre</b>	<b>(430.882)</b>	<b>(311.562)</b>

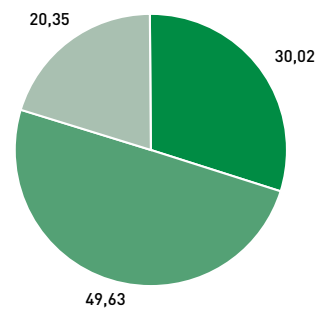
(\*) Considerou-se a participação de acionistas minoritários

O total do valor agregado à sociedade a partir das atividades da MAPFRE é ilustrado a partir de sua distribuição para os diversos fins, conforme ilustra o gráfico que segue.

## Contribuição à Sociedade

O total do valor agregado à sociedade a partir das atividades da MAPFRE é demonstrado a partir de sua distribuição para os diversos fins, conforme ilustra o gráfico que segue.

Distribuição do valor adicionado à disposição da MAPFRE (em %)



Legenda	2006	
Remuneração do trabalho	(129.368)	30,02%
Remuneração do governo	(213.832)	49,63%
Valor retido	(87.682)	20,35%
<b>Total</b>	<b>(430.882)</b>	<b>100,00%</b>

Cerca de 30% do valor adicionado à disposição da Companhia foi direcionado ao investimento em colaboradores MAPFRE. Foram mais de R\$129 milhões revertidos aos colaboradores na forma de remunerações, desenvolvimento profissional, encargos, previdência privada, assistência médica, assistência odontológica e programas de fomento à qualidade de vida, como o POP (Programa de Ouvidoria e Papo), que em 2006 ofereceu aos colaboradores MAPFRE 5.960 serviços de nutricionista, 3.222 serviços de psicólogo, 1.159 serviços de fisioterapia, 895 serviços de *personal trainer* e 1.036 outros serviços.

## Investimento Social

Em linha com seu compromisso de estimular a responsabilidade social empresarial nos mercados em que atua, o Grupo MAPFRE, por intermédio da MAPFRE DTVM – Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários, lançou o MAPFRE Governance, um fundo de previdência composto que contém majoritariamente em sua carteira ações de empresas enquadradas nos níveis I, II e Novo Mercado da Bovespa. Desta forma, privilegiou-se companhias comprometidas com um padrão diferenciado de governança corporativa.

Disponível para pessoas físicas e jurídicas nas opções PGBL e VGBL, o MAPFRE Governance tem como principal diferencial destinar recursos para a Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais de São Paulo (Apae-SP), uma das maiores entidades assistenciais do estado de São Paulo. Cinco por cento da taxa de 2,6% a.a. de gestão financeira serão destinados à Apae.

Vale também ressaltar que o Grupo direcionou parte do valor devido em Imposto de Renda a ações de responsabilidade social voltadas à inserção sociocultural de crianças e adolescentes. Em 2006, a empresa aplicou, por meio da Lei Rouanet, cerca de R\$ 1 milhão em projetos desta espécie e destinou ao Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente da Prefeitura de São Paulo (Fumcad) mais de R\$ 200 mil.



Ação Social MAPFRE







**A** consolidação das ações de responsabilidade social empresarial do Grupo MAPFRE, por meio da Fundação MAPFRE, sustenta-se no desenvolvimento de programas consistentes de longo prazo, complementados por ações direcionadas em cada um de seus cinco focos:

- Prevenção de Acidentes;
- Formação e Difusão da Cultura de Seguros;
- Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente;
- Arte e Cultura;
- Ação Social.

Destaca-se em 2006 a ampliação do escopo de atuação do foco Gestão de Risco e Meio Ambiente incluindo também a área de Saúde. A primeira iniciativa desta nova orientação consistiu na concepção e implementação do projeto-piloto Cine Maior Idade, em parceria com a Nossa Caixa MAPFRE Vida e Previdência.



Projeto Piloto - Cine Maior Idade

## Prevenção de Acidentes

As ações do Grupo MAPFRE para prevenir os desastres automobilísticos surgiram com a constatação da notória deficiência nas condições de manutenção da atual frota circulante e do elevado número de acidentes em território brasileiro. O foco Prevenção de Acidentes visa, assim, difundir a cultura da prevenção de acidentes de trânsito, atingindo todos os públicos, jovens ou adultos experientes, homens e mulheres, para a formação de motoristas e pedestres conscientes de suas responsabilidades.

Para alcançar estes objetivos, o Grupo conta com o Instituto MAPFRE de Segurança Viária, que promove programas e campanhas de prevenção e de conscientização em bares e restaurantes para jovens motoristas e campanhas de avaliação gratuita de automóveis, por meio das Unidades Móveis de *Check-Up*. Além disso, a Fundação MAPFRE desenvolve o Programa Educação Viária é Vital com alunos da rede pública de ensino fundamental e médio.

### Check-up de veículos

O Instituto MAPFRE de Segurança Viária promove desde 2002 a inspeção gratuita de veículos. O intuito é conscientizar os motoristas sobre a importância de realizar a manutenção periódica do seu carro e, também, mapear as deficiências nas condições de conservação da frota nacional de veículos de passeio.

As Unidades Móveis de *Check-Up* são vans especialmente adaptadas com equipamentos da mais alta tecnologia, que percorrem as cidades brasileiras inspecionando veículos. Os proprietários recebem um relatório detalhado com o resultado





Check-up de veículos

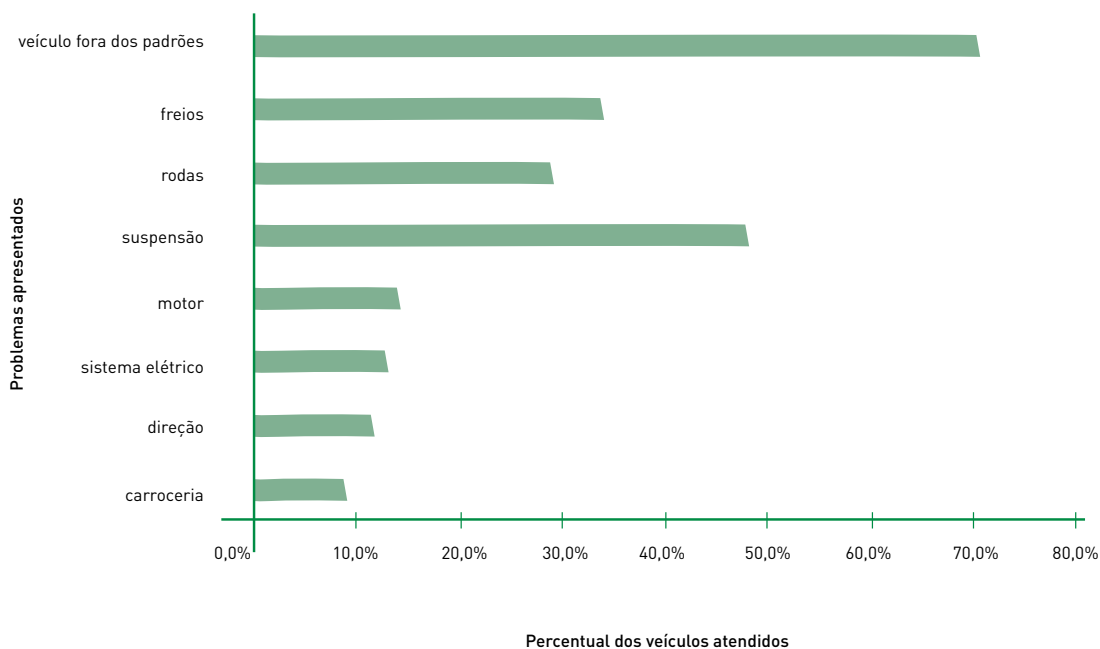
da verificação, no qual constam todas as irregularidades eventualmente encontradas, assim como a indicação dos reparos e ajustes que devem ser feitos para que o veículo trafegue em condições adequadas de segurança.

O número de exames realizados pelas Unidades Móveis, que visitaram 19 cidades em Minas Gerais, São Paulo e Rio Grande do Sul em 2006, cresceu 58% em relação a 2005, passando de 1.671 para 2.639. O balanço final aponta que 70,4% dos veículos verificados pelos técnicos da MAPFRE estavam fora dos padrões de segurança, principalmente por problemas nos freios, rodas e suspensão.

### Programa Educação Viária é Vital

O Programa Educação Viária é Vital é realizado há três anos em parceria com a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo. Em 2006, a parceria foi expandida para a Secretaria de Educação do Estado do Maranhão e Secretaria Municipal de Educação. Seu objetivo é desenvolver projetos que estimulem os alunos a criarem e implementarem propostas de melhoria dos problemas de trânsito enfrentados em sua cidade, com base nos materiais distribuídos pelo programa e nas infor-

Veículos atendidos pela Unidade Móvel de Check-Up: Falhas apontadas



mações disseminadas sobre o tema. Ele abrange os alunos do ensino fundamental e médio da rede pública.

Em 2006, o material foi renovado, adotando uma abordagem que inspira maior proximidade aos educadores, com manuais pedagógicos e propostas ajustadas para os diferentes níveis de escolaridade. Além disso, foi criado um *site* para facilitar a comunicação entre educadores e a equipe do programa, com o apoio de um *e-mail* de suporte.

A Fundação MAPFRE, em 2006, foi convidada a implementar o Programa no Maranhão pela Alumar/Alcoa, produtora de alumínio com refinaria em expansão na cidade de São Luís. Em virtude da grande concentração de acidentes no entorno da rodovia BR-135, as empresas se uniram com o objetivo de enfrentar o problema, conscientizando a comunidade e promovendo campanhas educacionais para motoristas e demais envolvidos na circulação viária. 15 escolas (nove estaduais e seis municipais) participaram nesta primeira etapa do Programa, que capacitou 115 professores e beneficiou 16.692 alunos.



Premiação Programa Educação Viária - São Paulo

No estado de São Paulo, o Programa Educação Viária é Vital envolveu 1.453 escolas, mobilizando 821.244 alunos da rede pública estadual. Os projetos desenvolvidos apresentaram resultados efetivos na melhora das condições do trânsito e de segurança viária das comunidades por meio da mobilização dos alunos participantes.

Alguns projetos destacaram-se por sua ação social transformadora, como, por exemplo, solicitações de alunos a órgãos governamentais, para melhorias na circulação viária no entorno das escolas, colocação de faixas para pedestres e sinalização de trânsito. O projeto desenvolvido na Escola Estadual Hortência Quintino de Faria Botelho, de Mongaguá (SP), é um exemplo de iniciativa bem-sucedida.

A escola participou pelo segundo ano consecutivo do Programa Educação Viária é Vital e conseguiu importantes melhorias na circulação de carros em seu entorno. Em 2005, os alunos e professores promoveram uma campanha pela construção de uma ciclovia na cidade, o que aconteceu em 2006, tendo como trecho número 1 o ponto ao lado da escola. Em 2006, eles deram continuidade às ações iniciadas em 2005, desta vez objetivando conscientizar a população sobre segurança viária.

Segundo o relato da professora Suzete Santos, “o objetivo de dar continuidade ao programa é desenvolver um projeto dinâmico e permanente de educação para o trânsito, com a formação de agentes mirins. Desta forma, ‘transforma-se’ o estudante em um ser ativo do processo ensino/aprendizagem, contribuindo para a adoção de comportamentos humanos e de mudanças em comportamentos de risco, para o processo de formação de cidadãos conscientes de sua responsabilidade individual e coletiva, através da educação para o trânsito”.

Todo esse empenho obteve ainda dois reconhecimentos adicionais: o prêmio no concurso realizado pelo Departamento Nacional de Trânsito (Denatran), na categoria Programas de Educação para o Trânsito, e o prêmio distribuído no encerramento do Programa Educação Viária é Vital, pela Fundação MAPFRE e Secretaria Estadual de Educação de São Paulo, na categoria Ensino Médio.

## Formação e Difusão da Cultura de Seguros

O objetivo das iniciativas abaixo listadas é dar subsídio à criação de conhecimento em torno dos riscos hoje existentes e, portanto, em torno de medidas de prevenção de acidentes e de redução das conseqüências dos eventos inevitáveis.

### Bolsas de Auxílio à Pesquisa MAPFRE-USP

As bolsas de pesquisa têm duração de um ano e são concedidas a graduados e pós-graduados da Universidade de São Paulo (USP). Os candidatos, orientados por professores da universidade, seguiram em 2006 um dos seguintes temas:

- Higiene industrial e ergonômica;
- Riscos ambientais;
- Educação para prevenção de riscos;
- Comunicação de riscos ambientais;
- Prevenção de incêndios;
- Segurança viária;
- Prevenção e gerenciamento de riscos;
- Segurança no trabalho.

Dois estudantes foram contemplados com a bolsa em 2006 com os projetos “Entrada de cádmio, níquel e zinco na cadeia alimentar através de um solo contaminado” e “Validação do modelo de risco proposto para infestação humana pelo *Amblyomma cajennense* (Acari: Ixodidae) no Município de Piracicaba, SP”.



Bolsa MAPFRE de Auxílio à Pesquisa

### Bolsas MAPFRE de Auxílio à Pesquisa

Além da bolsa oferecida aos pesquisadores da USP, oferecem-se anualmente três outras bolsas de estímulo à pesquisa a estudantes de graduação e pós-graduação de instituições de ensino de todo Brasil. Os temas propostos para pesquisa em 2006 foram:

- Meio ambiente;
- Segurança no trabalho e higiene ocupacional;
- Gerenciamento de riscos.

Os projetos foram selecionados por um comitê que considerou a viabilidade da proposta, o conteúdo inovador e sua adequação aos temas propostos como critérios de seleção.



Em 2006, três candidatos foram contemplados com a Bolsa MAPFRE de Auxílio à Pesquisa. As pesquisas desenvolvidas versavam sobre os seguintes temas: “Indústrias, Seguro e Meio Ambiente: análise de relatórios de inspeção de riscos ambientais”; “Motoristas de ônibus de tráfego urbano: uma estratégia para não adoecimento” e “Teoria de prospecto e gerenciamento de riscos: implicações para a área de seguros”.



Bolsista contemplado

### Bolsas de especialização na Espanha

Em adição aos processos de seleção para bolsas no país, a Fundação MAPFRE Brasil divulga entre pesquisadores e profissionais brasileiros convocações internacionais para bolsas de especialização na Espanha. Em 2006, foram concedidas bolsas a dois profissionais brasileiros.

Programa I: Curso Superior de Direção e Gestão de Segurança Integral na Empresa. Os premiados por esta bolsa recebem auxílio moradia e alimentação para estudar temas relativos a segurança e risco na Espanha.

Programa II: Bolsas de Especialização Individual. Bolsas para a realização de programas de especialização em prevenção de acidentes de trabalho nas áreas de Higiene Industrial; Prevenção de Incêndios; Prevenção da Contaminação Ambiental; Prevenção de Acidentes de Trânsito; e Ergonomia, todos realizados na Espanha.

### Bolsa Risco e Seguro

Em 2006, a Fundação MAPFRE Espanha ofereceu oito bolsas de apoio econômico para a realização de trabalhos de pesquisa nas áreas relacionadas a risco e seguro. A dotação é válida por um ano e destinada a profissionais do ramo. Os projetos, recebidos sem qualquer identificação institucional, são avaliados de acordo com os seguintes critérios:

1. Viabilidade;
2. Inovação;
3. Coerência interna.



Bolsa de Especialização na Espanha

No Brasil, dois projetos foram contemplados: “Responsabilidade social empresarial no mercado de seguros brasileiro” e “Resultados técnicos e resultados financeiros nos mercados seguradores ibero-americanos”.

## Arte e Cultura

A Fundação MAPFRE promove diversas ações de apoio à difusão das artes no Brasil, com os objetivos de contribuir para a formação do cidadão e de disseminar valores e cultura.



I Seminário Cine Educação

### Programa Cine-Educação na Cinemateca Brasileira

O Programa Cine-Educação na Cinemateca Brasileira foi elaborado a partir de parcerias da Fundação MAPFRE Brasil com a Cinemateca Brasileira e a Secretaria Estadual de Educação de São Paulo. Os objetivos do Programa são dois: formar público para cinema, por meio do provimento de informações sobre os filmes e a linguagem cinematográfica a professores e alunos da rede ensino fundamental e médio; e contribuir para a formação de cidadãos capazes de analisar, discutir e se posicionar perante informações transmitidas através do meio audiovisual.

O Programa apresenta o cinema como instrumento complementar do trabalho pedagógico desenvolvido pelo professor. Suas diretrizes foram concebidas a partir das normas do Programa Nacional do Livro Didático, que determina que o instrumento de aprendizagem deve utilizar conteúdo (filmes) e atividades (descritas no manual do professor) que favoreçam a aquisição do conhecimento por meio de reflexão propiciada por observação, análise e resolução de exercícios, visando ao desenvolvimento da criatividade e da capacidade crítica.

A seleção dos filmes constitui etapa fundamental do programa, pois é feita com base em critérios pedagógicos e cinematográficos. O longa-metragem escolhido deve estar adequado ao nível escolar dos alunos e possuir qualidade técnica e cinematográfica, além de obrigatoriamente proporcionar o desenvolvimento de atividades em torno dos temas transversais Cidadania e Ética.



Programa Cine Educação

## Novidades de 2006

- No primeiro semestre do ano, estreou nas telas do Programa Cine-Educação o filme *A Marvada Carne*, ganhador de 11 prêmios no Festival de Gramado de 1985, dirigido por André Klotzel e estrelado por Fernanda Torres e Regina Casé.
- Em julho de 2006, foi realizado o I Seminário Cine-Educação na Cinemateca Brasileira, reunindo professores que participaram do programa no primeiro semestre daquele ano. Durante o Seminário, os professores tiveram a oportunidade de trocar idéias sobre os projetos desenvolvidos por eles. O encontro teve também palestras e oficinas acerca de temas relacionados à formação do cidadão e à formação de público para o cinema. O I Seminário Cine-Educação contou com a participação de 160 professores, da secretária adjunta de Educação do Estado de São Paulo.

O Canal do Saber – integrante do sistema de comunicação da Teia do Saber, programa de formação continuada de professores da Secretaria Estadual de Educação de São Paulo – exibiu em setembro de 2006 um programa para multiplicar as capacitações do Programa Cine-Educação.



Capacitação Programa Cine Educação

## Resultados alcançados em 2006

Em 2006, foram envolvidas 205 escolas das redes públicas de ensino estadual de São Paulo e municipal de Diadema, mobilizando 339 professores e 17.764 alunos. Assim como em 2005, trabalhou-se com o premiado filme *Narradores de Javé*, produção nacional dirigida por Eliane Caffé, com José Dumont e Matheus Nachtergaele no elenco.



I Seminário Cine Educação

### Auxílio Bienal Ibero-Americano García-Viñolas

Em 2006, a Fundação MAPFRE Brasil divulgou para as principais instituições culturais brasileiras a contribuição financeira oferecida pelo Instituto de Cultura da Fundação MAPFRE Espanha para o desenvolvimento de um projeto de catalogação de coleções de desenhos de instituições públicas ou privadas domiciliadas na Espanha, Portugal ou América Latina. Os destinatários do auxílio são instituições públicas ou privadas que precisem de colaboração para o estudo de suas coleções.

### Mostra “Metrô e Arte” do Museu de Arte Sacra de São Paulo

Com o objetivo de tornar o seu acervo conhecido pela população, o Museu de Arte Sacra desenvolveu a mostra “Metrô e Arte”, que consiste em exibir durante o ano obras de artistas populares no Espaço Arte Sacra na estação Tiradentes do Metrô, local por onde circulam cerca de 15 mil pessoas diariamente. Esta iniciativa, resultado da parceria entre o Museu e o governo do estado de São Paulo, contou com o apoio da MAPFRE como seguradora oficial de todas as peças expostas.



Exposição Arte Sacra

### Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente

Em 2006, a Fundação MAPFRE ampliou o foco de Gestão de Risco e Meio Ambiente para compreender a preservação do meio ambiente e a saúde humana numa única totalidade. Assim, o foco passou a se estruturar como Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente, percebendo a saúde em seu sentido integral, ou seja, o estado completo de bem-estar físico, psíquico e social, e não apenas a ausência de enfermidades<sup>6</sup>.

A Fundação MAPFRE se preocupa em contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável e seguro e também para a formação de cidadãos conscientes em relação à gestão de risco, saúde e meio ambiente. Para tal, fomenta um amplo fórum de discussão técnico-empresarial sobre temas relevantes para as empresas e para a sociedade, além de programas de promoção da saúde integral.

### Seminários Fundação MAPFRE

Os seminários Fundação MAPFRE de Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente são uma forma de aproximar a iniciativa pública e privada na discussão de temas que tenham importante impacto no desenvolvimento sustentável do país. Para isso, são realizadas parcerias com entidades reconhecidas na sociedade, entre elas a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) e a Secretaria de Meio Ambiente do Estado de São Paulo.

O I Seminário, realizado no dia 19 de julho de 2006, teve como tema o Licenciamento Ambiental, questão de vital importância para as empresas e para a sociedade. Seu público-alvo eram executivos de indústrias e órgãos governamentais ligados ao tema.

<sup>6</sup> Definição da Organização Mundial de Saúde.

O evento foi assistido por 155 pessoas, das quais 75,31% não haviam participado de eventos envolvendo governo, iniciativa privada e terceiro setor no último ano.

O II Seminário aconteceu no dia 10 de novembro de 2006 e teve como objetivo discutir os mecanismos de desenvolvimento limpo e o novo mercado de créditos de carbono.

O auditório foi utilizado em sua capacidade completa: no total, 104 convidados compareceram. A importância do tema e o amplo interesse dos convidados resultaram em um novo projeto, que ocorrerá em 2007, em que as discussões poderão se aprofundar.

### Cine Maior Idade

O Cine Maior Idade foi concebido e realizado pela Fundação MAPFRE com o apoio da NOSSA CAIXA MAPFRE Vida e Previdência e tem por objetivo contribuir para a promoção do bem-estar do cidadão de terceira idade, utilizando como instrumento a linguagem cinematográfica.

O programa tem como foco a inserção sociocultural de idosos, por meio de atividades que complementem a programação de entidades que já atuam com este público. Mais que uma sessão de cinema, o Cine Maior Idade visa a proporcionar aos participantes uma experiência relevante, atendendo às capacidades, necessidades e preferências dos indivíduos de terceira idade, contribuindo assim para a promoção da saúde integral do idoso e a formação de público para cinema.

O projeto piloto, realizado em dezembro de 2006, contou com as seguintes entidades parceiras:

- Cinemateca Brasileira;
- Ministério da Cultura (MinC);
- Instituto de Previdência Municipal de São Paulo (Ipem);
- Associação dos Funcionários Aposentados e Pensionistas do Banco Nossa Caixa (Afa-cesp);
- Lar Sant'Ana;
- Núcleo de Estudos e Pesquisa do Envelhecimento (Nepe/PUC-SP).



I Seminário Fundação MAPFRE





Projeto Piloto - Cine Maior Idade

### Resultados do projeto-piloto

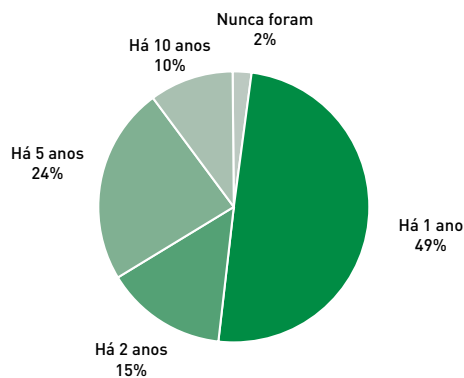
Em dezembro de 2006, implementou-se o projeto-piloto, com o envolvimento de 11 entidades especializadas e reconhecidas no trabalho com grupos de terceira idade, resultando em 370 idosos assistidos e 18 profissionais capacitados. Durante esta fase, foram realizadas quatro sessões de cinema, com a exibição do curta-metragem *São Paulo 24 Horas*, que teve acompanhamento musical ao vivo, e do longa-metragem *O Outro Lado da Rua*.

Conforme mostram as pesquisas a seguir, pode-se perceber que o projeto conseguiu alcançar os objetivos desejados de maneira satisfatória. O gráfico “Análise da aderência do projeto aos objetivos definidos inicialmente” mostra que grande parte dos idosos tem pouca oportunidade de participar de atividades sociais como o cinema, o que foi proporcionado pelo projeto. O gráfico “Análise dos aspectos que o público mais/menos gostou” mostra que o projeto teve alto nível de aprovação entre seus participantes.

### Análise da aderência do projeto aos objetivos definidos inicialmente

*Metodologia: entrevistas individuais durante confraternização*

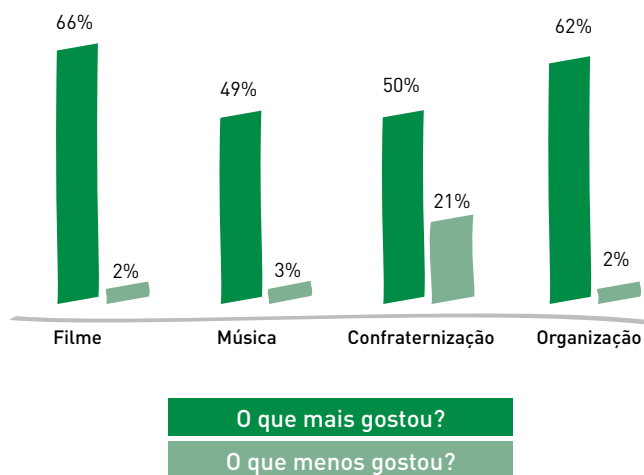
#### Formação de Público de Cinema



Qual foi a última vez que foram ao cinema?

### Análise dos aspectos que o público mais/menos gostou

Metodologia: entrevistas coletivas durante retorno à entidade



OBS: As pessoas foram orientadas a responder quantas opções desejassem

## Ação Social

A busca pela inclusão de grupos e indivíduos não assistidos faz parte do caminho para se alcançar uma sociedade mais justa e segura. A partir deste princípio, o foco Ação Social aborda programas e atividades que incentivam o envolvimento de seus colaboradores e o desenvolvimento de projetos de interesse social em instituições reconhecidas pela sociedade.

### Fundo MAPFRE de Ação Social

O objetivo do Fundo MAPFRE de Ação Social é realizar investimentos programados e monitorados em entidades não governamentais que re-

conhecidamente realizam trabalhos de inserção social com crianças e adolescentes.

Os critérios de seleção de entidades do Fundo MAPFRE de Ação Social são:

- Reconhecimento notório;
- Atendimento a crianças e adolescentes;
- Aprovação do projeto pelo Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente (CMDCA) de São Paulo por meio do Fundo Municipal da Criança e do Adolescente (Fumcad);
- Abertura e transparência no acompanhamento das atividades;
- Linhas estruturadas de atuação social e profissionais capacitados.

A partir destes critérios, selecionaram-se projetos das seguintes entidades: Ação Comunitária, Casa Hope, Gotas de Flor com Amor e GRAACC.

### Ação Comunitária

A Ação Comunitária é uma organização sem fins lucrativos que atua há 39 anos com ações nas áreas de educação, cultura e cidadania, contribuindo para a inclusão social de pessoas em situação de vulnerabilidade social. Atualmente, a Ação Comunitária tem sua atuação consolidada na zona Sul de São Paulo, atendendo 22 organizações.

O Projeto Formação de Educadores Sociais e Culturais foi selecionado para receber o apoio da Fundação MAPFRE. O Projeto assegura a formação



Ação Social MAPFRE

continuada dos educadores sociais, moradores da própria comunidade com formação profissional em magistério ou pedagogia, indicados pela liderança comunitária da organização e selecionados e acompanhados pela equipe da Ação Comunitária.

### **Casa Hope**

A Casa Hope, entidade sem fins lucrativos, promove assistência social integral ao carente portador de câncer e é direcionada a pacientes portadores de qualquer tipo da doença e a seus acompanhantes, em qualquer estágio do tratamento, desde que não haja necessidade de internação hospitalar e que o paciente venha de hospital público ou de atendimento gratuito.

O projeto que vai receber apoio da Fundação MAPFRE é a construção do Núcleo de Apoio Integral às Crianças e Adolescentes Portadores de Câncer e seus Acompanhantes, centro de apoio biopsicossocial e educacional para crianças e adolescentes carentes com câncer e seus acompanhantes, em fase de tratamento nos hospitais públicos e filantrópicos de São Paulo.

### **Gotas de Flor com Amor**

O Programa Social Gotas de Flor com Amor, que atua na zona Sul de São Paulo, desenvolve atividades na área de educação não formal: arte, cultura, criatividade, valores humanos, meio ambiente, preparação para o mercado de trabalho, profissionalização, saúde tradicional e saúde alternativa.

O projeto selecionado, Oficinas Educativas e Profissionais, ajuda jovens de 14 a 18 anos a se preparar para o primeiro emprego por meio de oficinas de papel reciclado, serigrafia, pintura em seda e do ensino de técnicas de mercado de trabalho.

### **GRAACC**

O Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer (GRAACC) foi criado com objetivo de oferecer às crianças e adolescentes com câncer, dentro do mais avançado padrão científico, o direito de alcançar todas as chances de cura com qualidade de vida.

Ação Social MAPFRE



O projeto selecionado foi o de Potencialização do Setor Internação, para que aconteça a ampliação e modernização do departamento de internação de crianças.



Ação Social MAPFRE

### MAPFRE Ação Social

A Fundação MAPFRE entende que, num país onde as necessidades básicas dos cidadãos muitas vezes não são satisfeitas, é necessário fazer, além de ações de longo prazo para transformar a realidade, ações filantrópicas imediatas e estruturadas, sempre realizadas em parceria com organizações de reconhecida credibilidade.

Por meio da promoção da Campanha de Ação Social MAPFRE 2006, todos os colaboradores do território nacional foram mobilizados para promoverem ações sociais que resultassem em ajuda efetiva a entidades de auxílio social, suprindo as carências imediatas da sociedade.

As equipes de colaboradores idealizaram e implementaram iniciativas de vários tipos, de acordo

com as necessidades identificadas em cada região. Dentre as ações de destaque, estão:

- Distribuição de sopa em várias cidades do Brasil, realizada por diversas equipes;
- Realização de atividades lúdicas com as crianças da entidade Vila Acalanto, em São Paulo, pela equipe Prestativo, do SIM 24h;
- Entrega de milhares de litros de leite e alimentos e realização de uma festa para crianças portadoras de HIV em Ribeirão Preto (SP) pela equipe MAPFRE Feliz;
- Realização de uma grande festa junina para quatro entidades de São Paulo, com a ajuda de muitos voluntários, pela equipe Ajuda de Vida;
- Entrega de doações ao Orfanato da Casa Irmã Ângela, em São Paulo, pela equipe MAPFRE Esperança, do Jurídico;
- Realização de serviços de beleza para internos da Associação dos Adultos com Câncer por voluntários da equipe Próspero, em Uberlândia (MG).

Com duração de três meses em 2006 e alta participação dos colaboradores do Grupo na iniciativa, a campanha MAPFRE Ação Social mobilizou 277 voluntários para doações de sangue e foi responsável pela arrecadação de:

- 22 mil itens de alimentos e produtos de higiene e limpeza;

- 12.626 peças de roupas e calçados.

A entidade social escolhida pela equipe campeã foi premiada com R\$ 20 mil para aperfeiçoar suas atividades.



Ação Social MAPFRE

### McDia Feliz

Em parceria com o GRAACC, a MAPFRE incentivou a participação de seus colaboradores nesta campanha de combate ao câncer, que conseguiu ajudar 65 entidades. Além da mobilização para a compra antecipada dos produtos da promoção, no dia 26 de agosto de 2006, voluntários da MAPFRE realizaram atividades especiais em unidades do McDonald's.



McDia Feliz



*Parceiros*  
Fundação MAPFRE no Brasil  
**Principais Parceiros**  
Fundação MAPFRE no Brasil  
da Fundação MAPFRE no Brasil  
Fundação MAPFRE no Brasil  
da Fundação MAPFRE no B

**A** MAPFRE e a Fundação MAPFRE Brasil entendem que suas ações são mais eficientes quando são realizadas em parceria com entidades que desenvolvem ações relevantes na sociedade. São parceiros que possuem notória credibilidade técnica, tanto no próprio governo brasileiro como em organizações privadas e não governamentais. O Grupo MAPFRE e seus parceiros objetivam transformar a sociedade, buscando dar oportunidades a crianças e jovens, carentes ou não, de se tornarem cidadãos conscientes e atuantes.

Neste sentido, são formadas parcerias de longo prazo, em um processo sólido, seguro e de resultados relevantes.

#### Parceiros institucionais

- Associação Brasileira de Gerência de Riscos (ABGR);
- Associação Brasileira de Medicina de Tráfego (ABRAMET);
- Centro de Experimentação e Segurança Viária (CESVI);
- Fundação Escola Nacional de Seguros (Funenseg);
- Instituto Ethos;
- ITSEMAP do Brasil – Serviços Tecnológicos MAPFRE.

#### Prevenção de Acidentes

- Alumar Refinery Unit 2 - Exponion Project (ALREFU2);

- Consórcio Alumínio do Maranhão (Alumar);
- Fundação Alcoa;
- Prefeitura Municipal de São Luís;
- Secretaria da Educação do Estado de São Paulo (SEE/SP);
- Secretaria de Estado da Educação do Maranhão (Seduc-MA);
- Secretaria Municipal de Educação de São Luís (Semed).

#### Formação e Difusão da Cultura de Seguros

- Universidade de São Paulo (USP).

#### Arte e Cultura

- Canal do Saber/TV Cultura;
- Cinemateca Brasileira/Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura;
- Companhia do Metropolitano de São Paulo (Metrô/SP);
- Ministério da Cultura (MinC);
- Museu de Arte Sacra (MAS);
- Secretaria Municipal de Educação de Diadema;
- Secretaria Municipal de Educação de Guarulhos.



### **Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente**

- Associação dos Funcionários Aposentados e Pensionistas do Banco Nossa Caixa (Afaceesp);
- Cinemateca Brasileira;
- Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp);
- Instituto de Previdência Municipal de São Paulo (Ipem);
- Lar Sant'Ana;
- Ministério da Cultura;
- Nossa Caixa MAPFRE Vida e Previdência;
- Núcleo de Estudos e Pesquisa do Envelhecimento (Nepe/PUC-SP);
- Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo;
- Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social de São Paulo.

### **Ação Social**

- Ação Comunitária;
- Casa Hope;
- Gotas de Flor com Amor;
- Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer (GRAACC).





Informações Quantitativas

Tema	Descrição	Meta 2007	2006	2005	2004
Conteúdo do relatório	Anos em que Balço Social MAPFRE foi publicado	-	x	x	-
Perfil do empreendimento	Total de empregados	-	2132	1648	1473
Governança corporativa	Número de membros do Conselho de Administração	-	9	9	9
	Percentual do Conselho de Administração formado por conselheiros externos	-	78%	78%	78%
	Percentual de mulheres no Conselho de Administração (ou em estrutura similar)	-	11%	11%	11%
	Percentual de negros (pretos e pardos) no Conselho de Administração (ou em estrutura similar)	-	0%	0%	0%
Indicadores de desempenho econômico	Margem bruta	-	6,55%	4,48%	4,02%
	Margem líquida	-	2,73%	2,43%	1,88%
	Giro dos ativos	-	0,77	0,79	0,89
	Retorno sobre ativo médio	-	1,97%	1,80%	1,53%
	Índice de endividamento	-	72,02%	73,33%	78,30%
Relação com sindicatos	Índice de liquidez	-	1,24	1,19	1,22
	Quantidade de greves no período	-	0	0	0
Gestão participativa	Número de inovações/melhorias implantadas a partir de sugestões de funcionários	-	-	-	-
	Número de representantes dos empregados que participam das decisões do comitê estratégico	-	0	0	0
Direitos das crianças	Quantidade de autuações que a empresa recebeu do Ministério do Trabalho com relação ao uso de mão-de-obra infantil	-	0	0	0
	Número de menores aprendizes na empresa	-	84	65	64
Trabalho escravo	Quantidade de autuações que a empresa recebeu do Ministério do Trabalho com relação ao uso de trabalho forçado	0	0	0	0
Política de remuneração	Menor salário da empresa/Salário mínimo vigente	-	1,5	1,7	1,9
	Maior remuneração de empresa/ Menor remuneração da empresa	-	81	80	86
Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho	Total de horas extras trabalhadas no ano (média)	-	31	37	32
	Índice de absenteísmo	-	12,40%	-	-
	Acidentes que resultaram em afastamento temporário de empregados e/ou de prestadores de serviço	-	12	7	8
	Acidentes que resultaram em mutilação ou outros danos à integridade física de empregadores e/ou prestadores de serviço, com afastamento permanente do cargo (incluindo LER)	0	0	0	0
	Acidentes que resultaram em morte de empregados e/ou de prestadores de serviço	0	0	0	0
	POP: Total de atendimentos	-	12.272	9.702	N/A
	POP: Total de serviços de nutricionista	-	5.960	5.853	N/A
	POP: Total de serviços de psicólogos	-	3.222	1.524	N/A
	POP: Total de serviços de fisioterapeuta	-	1.159	852	N/A
	POP: Total de serviços de personal trainer	-	895	315	N/A
Terceirização	Total de funcionários terceirizados	-	156	198	-

Tema	Descrição	Meta 2007	2006	2005	2004
Comportamento frente a demissões	Total de empregados no final do período	-	2.132	1.648	1473
	Total de demissões no período	-	236	230	254
	Total de admissões no período	-	623	405	341
	Total de demitidos acima de 45 anos de idade	-	23	30	19
Preparação para aposentadoria	Beneficiados pelo programa de preparação para aposentadoria	-	0	0	0
	Número de lideranças e chefias treinadas quanto à questão do impacto emocional da aposentadoria e importância da preparação do empregado	-	0	0	0
Desenvolvimento profissional	Quantidade de analfabetos na força de trabalho	-	0	0	0
	Percentual de mulheres analfabetas na força de trabalho	-	0,00%	0,00%	0,00%
	Percentual de mulheres com ensino fundamental (1ª a 4ª séries) na força de trabalho	-	0,00%	0,05%	0,05%
	Percentual de mulheres com ensino fundamental (5ª a 8ª séries) na força de trabalho	-	0,09%	0,00%	0,00%
	Percentual de mulheres com ensino médio na força de trabalho	-	13,74%	11,59%	11,63%
	Percentual de mulheres com ensino superior na força de trabalho	-	28,89%	24,44%	22,28%
	Percentual de homens analfabetos na força de trabalho	-	0,00%	0,00%	0,00%
	Percentual de homens com ensino fundamental (1ª a 4ª séries) na força de trabalho	-	0,19%	0,66%	0,66%
	Percentual de homens com ensino fundamental (5ª a 8ª séries) na força de trabalho	-	0,56%	0,00%	0,00%
	Percentual de homens com ensino médio na força de trabalho	-	18,53%	11,73%	9,38%
	Percentual de homens com ensino superior na força de trabalho	-	37,99%	32,60%	29,08%
	Gasto em desenvolvimento profissional e educação (em milhões)	-	1,20	1,10	0,50
	Estagiários na força de trabalho	-	43	37	32
	Total de horas de desenvolvimento profissional	-	126.942	89.742	38.322
Percentual do faturamento bruto gasto em desenvolvimento profissional e educação	-	0,04%	0,06%	-	
Critérios de seleção, avaliação e parceria de fornecedores	Total de fornecedores	149	130	100	80
	Número de fornecedores que receberam visitas de inspeção de práticas de responsabilidade social	-	-	-	-
	Total pago por bens, materiais e serviços adquiridos no período (em milhões)	-	24,80	15,89	9,50
Consumidores e clientes	Quantidade total de processos administrativos e judiciais recebidos	-	-	-	-
	Número de processos sofridos por não cumprimento de regulamentação relacionados a saúde e segurança do consumidor/cliente	N/A	N/A	N/A	N/A
Meio ambiente	Quantidade de processos ambientais movidos contra a entidade	N/A	N/A	N/A	N/A
	Passivos e contingências ambientais	N/A	N/A	N/A	N/A
Excelência do atendimento	Total de segurados	-	15.000.000	12.000.000	-
	Total de ligações atendidas pelo SIM 24 horas	2.520.000	1.909.350	1.733.895	-
	Percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo SIM 24 horas	0,85	0,87	1,23	-
	Percentual de reclamações não atendidas pelo SIM 24 horas	0	0	0	0
	Tempo médio de espera no telefone do SIM 24 horas até o início do atendimento (em segundos)	19	22	26	-
	Quantidade de inovações implantadas em razão da interferência do ouvidor e/ou do serviço de atendimento ao consumidor/cliente	12	10	8	4

Tema	Descrição	Meta 2007	2006	2005	2004
Relações com a comunidade local	Número de reclamações da comunidade de entorno por impactos causados pelas atividades da empresa	-	-	-	-
	Número de melhorias implantadas nos processos da empresa a partir de reclamações da comunidade	-	-	-	-
Conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais dos produtos e serviços	Número de processos sofridos por não cumprimento de regulamentação relacionados a saúde e segurança do consumidor/cliente	N/A	N/A	N/A	N/A
	Número de produtos retirados do mercado por pressão de clientes/consumidores ou órgãos de defesa	N/A	N/A	N/A	N/A
	Número de produtos/serviços proibidos em outros países e ainda comercializados no Brasil	N/A	N/A	N/A	N/A
	Número de melhorias implementadas com o objetivo de oferecer produtos e serviços mais seguros	N/A	N/A	N/A	N/A
Envolvimento e financiamento da Ação Social	Percentual do resultado destinado à Ação Social	-	0,20%	0,22%	-
	Do total destinado à Ação Social, percentual correspondente a doações em produto	0%	0%	0%	0%
	Do total destinado à Ação Social, percentual correspondente a doações em espécie	100%	100%	100%	100%
	Investimentos em programas e/ou projetos externos	0%	0%	0%	0%
	Do total destinado à Ação Social, percentual correspondente a investimentos em projeto social próprio	100%	100%	100%	100%
	Do total destinado à Ação Social, percentual correspondente à publicidade	0%	0%	0%	0%
	Quantidade de horas semanais doadas (liberadas do horário normal de trabalho) pela Empresa para trabalho voluntário de funcionários	0	0	0	0
	Percentual de empregados que realizam trabalhos voluntários na comunidade externa à Empresa	-	100%	100%	47,5%
Comprometimento da Empresa com a melhoria da qualidade ambiental	Investimento em programas e projetos de melhoria ambiental (em reais)	0	0	0	0
	Percentual do faturamento bruto gasto em programas e projetos de melhoria ambiental	0%	0%	0%	0%
	Consumo anual de energia (kWh)	-	5.016.785	-	-
Educação e conscientização ambiental	Número de empregados treinados em programas de educação ambiental	-	-	-	-
	Número de campanhas realizadas para fortalecimento da educação ambiental na sociedade	3	2	1	0
Minimização de entradas e saídas de materiais na Empresa	Consumo anual de água (em m³)	-	-	-	-
	Quantidade anual (em toneladas) de resíduos sólidos gerados (lixo, dejetos, entulho etc.)	-	-	-	-
	Quantidade total de papel utilizado (em toneladas)	-	148	-	-
	Consumo anual de gasolina/diesel (em litros)	-	2.561	-	-
	Consumo anual de gás - GLP/GN (em m³)	-	82.066	-	-

As células que apresentam "-" indicam informações não mensuradas ou não divulgadas.

## Perfil dos empregados (ano corrente)

Tema	Empregados	Total	Total em cargos de, supervisor, coordenador, gerente, superintendente, diretor, vice-presidente, presidente e conselheiro
Diversidade	Mulheres	911	144
	Mulheres negras (pretas ou pardas)	58	10
	Homens negros (pretos ou pardos)	82	19
	Pessoas com deficiência	2	1
	Pessoas acima de 45 anos	194	97

## Salário médio (ano corrente)

Tema	Empregados	Homens negros (negros ou pardos)	Homens brancos	Mulheres negras (negras ou pardas)	Mulheres brancas
Diversidade	Cargos executivos	0	18.304	0	19.912
	Cargos gerenciais	4.273	5.180	6.552	5.412
	Cargos de supervisão	2.519	3.320	0	2.132





Informações Qualitativas / Informações Qualitativas / Informações Qualitativas  
Informações Qualitativas / Informações Qualitativas / Informações Qualitativas  
Informações Qualitativas / Informações Qualitativas / Informações Qualitativas  
Informações Qualitativas / Informações Qualitativas / Informações Qualitativas  
Informações Qualitativas / Informações Qualitativas / Informações Qualitativas

Item		sim	não	NA
	<b>Excelência no atendimento</b>			
1	Existem iniciativas com fornecedores, distribuidores e assistência técnica visando criar uma cultura de respeito e valorização de clientes?	X		
	<b>Relação com sindicatos</b>			
2	Possui acordo coletivo com o sindicato da categoria principal?	X		
3	Possui comissão de fábrica ou de abrangência empresarial garantida por acordo coletivo?		X	
4	Caso atue em diferentes regiões, negocia com o conjunto de sindicatos dessas regiões um patamar mínimo de benefícios comuns?	X		
5	Disponibiliza informações básicas sobre direitos e deveres da categoria, tais como dissídio, contribuições sindicais etc.?	X		
6	Possui acordo com o sindicato ou órgão competente para funcionar além do horário contratual ou aos domingos?	X		
	<b>Diversidade</b>			
7	Paga salários e oferece benefícios idênticos a homens e mulheres que exerçam a mesma função em qualquer nível hierárquico?	X		
8	Paga salários e oferece benefícios idênticos a negros (pretos e pardos) e brancos que exerçam a mesma função em qualquer nível hierárquico?	X		
9	Oferece flexibilidade de horário para homens e mulheres com filhos menores de seis anos?		X	
10	Possui normas e processos para combater situações de assédio sexual que sejam divulgados e devidamente amparados por estrutura formal e neutra de denúncia e apuração de fatos?	X		
11	Oferece oportunidades de trabalhos para ex-detentos?		X	
12	Apóia projetos na comunidade que visem melhorar a oferta de profissionais qualificados provenientes de grupos usualmente discriminados no mercado de trabalho?	X		
13	Está preparada para receber ou contratar portadores de deficiência (como, por exemplo, por meio de treinamento de funcionários para atendê-los e adaptações nas instalações)?	X		
14	Integra os trabalhadores terceirizados a seus programas de treinamento e desenvolvimento profissional?		X	
15	Possui um número de trabalhadores terceirizados inferior a 20% (vinte por cento) do total de contratados?	X		

Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho		sim	não	NA
16	Foi certificada pela norma AS 8000, pela BS 8800, pela OHSAS 18001 ou por norma equivalente?		X	
17	Oferece programa específico para a saúde da mulher?	X		
18	Possui política expressa de respeito à privacidade de seus empregados no que se refere a informações sensíveis (inclusive médicas) obtidas e mantidas sob responsabilidade da área de recursos humanos?			X
19	Promove exercícios físicos no horário de trabalho?	X		
20	Promove programa de combate ao estresse para os empregados, especialmente para os que desempenham funções mais estressantes (como atendentes de call center, caixas etc.)?	X		
21	Possui programa de orientação alimentar e nutricional?	X		
22	Possui política de compensação de horas extras para todos os empregados, inclusive gerentes e executivos?			X
Compromisso com o desenvolvimento profissional e empregabilidade		sim	não	NA
23	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 colaboradores?	X		
24	Possui programas de aconselhamento sobre o planejamento de carreiras de forma a auxiliar os empregados na reflexão sobre suas funções e identificação de objetivos em longo prazo?	X		
25	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?	X		
26	Além de considerar os aspectos legais em relação à contratação do aprendiz, a empresa oferece treinamento e capacitação necessários para sua empregabilidade?	X		
Comportamento frente a demissões		sim	não	NA
27	Teve reclamações trabalhistas relacionadas a demissões nos últimos três anos?		Não mensurado	
Preparação para aposentadoria		sim	não	NA
28	Oferece programa de previdência complementar a todos os seus empregados?	X		
Educação e conscientização ambiental		sim	não	NA
29	Desenvolve periodicamente campanhas internas de redução do consumo de água e de energia?	X		
30	Desenvolve periodicamente campanhas internas de educação para o consumo consciente e a reciclagem de materiais?	X		

Critérios de seleção, avaliação e parceria de fornecedores		sim	não	NA
31	Ao selecionar fornecedores (ou desenvolver novos fornecedores), inclui como critério a prática efetiva de processos éticos de gestão das informações de caráter privado obtidas em suas relações com clientes ou com o mercado em geral?	X		
32	Adota critérios de compra que considerem a garantia de origem para evitar aquisição de produtos "piratas", falsificados ou frutos de roubo de carga?	X		
33	Desenvolve ações de responsabilidade social em parceria com seus fornecedores?		X	
34	Tem normas e procedimentos explícitos sobre recebimento de brindes e vantagens de fornecedores?	X		
Apoio ao desenvolvimento de fornecedores		sim	não	NA
35	Inclui entre seus fornecedores indivíduos ou grupos da comunidade, tais como cooperativas, associações de bairro e organizações com projetos de geração de renda para grupos usualmente excluídos (populações indígenas, pessoas com deficiência etc.)?		X	
36	Apóia organizações que praticam e promovem o Comércio Justo?	X		
37	Possui ouvidor de fornecedores ou função similar para assegurar uma relação de parceria com essa parte interessada?		X	
38	Estimula a formalização e a profissionalização de pequenos e médios fornecedores, ajudando-os a se adequar aos padrões de mercado?	X		
Responsabilidade ambiental		sim	não	NA
39	Possui política ou processo para o desenvolvimento de projetos e investimentos visando a sustentabilidade ambiental do negócio da empresa e ações compensatórias pelo uso de recursos naturais e pelo impacto causado por suas atividades?	X		
40	Possui programas de pesquisa e desenvolvimento voltados para o uso de fontes de energia renovável?		X	
Educação e conscientização ambiental		sim	não	NA
41	Desenvolve periodicamente campanhas internas de redução do consumo de água e de energia?	X		
42	Desenvolve periodicamente campanhas internas de educação para o consumo consciente e a reciclagem de materiais?	X		
43	Participação em comitês/conselhos locais ou regionais para discussão da questão ambiental com o governo e com a comunidade	X		

Política de comunicação comercial		sím	não	NA
44	Tem política formal contra propaganda que coloque crianças, adolescentes, negros, mulheres ou qualquer indivíduo em situação preconceituosa, constrangedora ou de risco?	X		
45	Realiza análise prévia de peças publicitárias para verificar a conformidade com seus valores éticos e com a legislação de defesa do consumidor?	X		
46	Teve, no último ano, alguma peça de comunicação que tenha sido objeto de reclamação de clientes, fornecedores ou concorrentes?		X	
47	Possui mecanismos que garantam a uniformidade e a coerência das informações transmitidas aos consumidores?	X		
48	Realiza ajustes e revisões em seus procedimentos com base nas reclamações, processos administrativos e/ou jurídicos?	X		
49	Divulga aos clientes, de maneira clara e transparente, informações sobre juros e/ou outras taxas embutidas em contratos?	X		
50	Possui um canal aberto de comunicação e educação dos consumidores/clientes?	X		
Excelência do atendimento		sím	não	NA
51	Ao vender produtos e serviços, utiliza somente argumentos verdadeiros para o convencimento do consumidor ou cliente?	X		
52	Tem política explícita contra o suborno para obtenção de decisão de compra de produtos ou contratação de serviços?	X		
53	Possui iniciativas com fornecedores, distribuidores e assistência visando criar uma cultura de respeito e valorização dos consumidores?	X		
Conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais dos produtos e serviços		sím	não	NA
54	Mantém programa especial com foco em saúde e segurança do consumidor/cliente de seus produtos e serviços?	X		
55	Fornecer informações cadastrais do cliente a terceiros apenas mediante autorização dele?	X		
56	Possui uma política que permite ao consumidor, cliente ou usuário a inclusão, alteração e exclusão de seus dados do banco de informações da empresa?	X		
57	Preocupa-se em oferecer condições adequadas de segurança nas instalações e acesso a seu ponto de venda?	X		
Contribuições para campanhas políticas		sím	não	NA
58	Nos últimos cinco anos, a empresa foi mencionada negativamente na imprensa por contribuir financeiramente para campanha política?		X	
59	A empresa tem norma explícita de não utilização do poder econômico para influenciar contribuições de outras empresas, fornecedores, distribuidores e outros parceiros?	X		
Práticas anticorrupção e propina		sím	não	NA
60	Teve seu nome mencionado na imprensa nos últimos cinco anos sob suspeita de ter participado de incidente envolvendo o oferecimento de propina ou prática de corrupção de agentes públicos?		X	



onstrativo IBASE Demonstrativo IBASE  
onstrativo IBASE Demonstrativo IBASE  
Demonstrativo IBASE  
BASE Demonstrativo IBASE Demonstrativo IBASE  
Demonstrativo IBASE

O demonstrativo abaixo foi elaborado com base no modelo estabelecido pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) e reúne informações sobre projetos, benefícios e ações sociais e ambientais dirigidas a colaboradores, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade.

## Balço Social Anual / 2006

## Empresa: Grupo MAPFRE

1 - Base de Cálculo	2006 Valor (Mil reais)			2005 Valor (Mil reais)		
Receita líquida (RL)	2.668.406			1.955.511		
Resultado operacional (RO)	136.768			65.526		
Folha de pagamento bruta (FPB)	129.368			105.301		
2 - Indicadores Sociais Internos	Valor (mil R\$)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação	11.632	8,99%	0,44%	7.365	6,99%	0,38%
Encargos sociais compulsórios	29.107	22,50%	1,09%	20.176	19,16%	1,03%
Previdência privada	424	0,33%	0,02%	415	0,39%	0,02%
Saúde	6.438	4,98%	0,24%	4.447	4,22%	0,23%
Segurança e saúde no trabalho	152	0,12%	0,01%	232	0,22%	0,01%
Educação	0	0,00%	0,00%	227	0,22%	0,01%
Cultura	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Capacitação e desenvolvimento profissional	1.207	0,93%	0,05%	1.101	1,05%	0,06%
Creches ou auxílio-creche	736	0,57%	0,03%	535	0,51%	0,03%
Participação nos lucros ou resultados	2.811	2,17%	0,11%	1.498	1,42%	0,08%
Outros	757	0,59%	0,03%	1.246	1,18%	0,06%
Total -- Indicadores sociais internos	53.263	41,17%	2,00%	37.240	35,37%	1,90%
3 - Indicadores Sociais Externos	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Educação	269	0,20%	0,01%	142	0,22%	0,01%
Cultura	1.008	0,74%	0,04%	600	0,92%	0,03%
Saúde e saneamento	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Esporte	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Combate à fome e segurança alimentar	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Outros	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Total das contribuições para a sociedade	1.277	0,93%	0,05%	742	1,13%	0,04%
Tributos (excluídos encargos sociais)	214.600	156,91%	8,04%	160.953	245,63%	8,23%
Total -- Indicadores sociais externos	215.877	157,84%	8,09%	162.438	247,90%	8,31%
4 - Indicadores Ambientais	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/ operação da empresa	0	0	0	0	0,00%	0,00%
Investimentos em programas e/ou projetos externos	0	0	0	0	0,00%	0,00%
Total dos investimentos em meio ambiente	0	0	0	0	0,00%	0,00%

Quanto ao estabelecimento de "metas anuais" para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/ operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa

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

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









**A** fim de constantemente atualizar as ferramentas utilizadas para analisar, divulgar e prestar contas de seu desempenho organizacional, a MAPFRE empregou em seu Balço Social 2006 a terceira gerao das Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative (GRI).

Nesta primeira utilizao das Diretrizes do GRI, a MAPFRE adotou o nível C de aplicao, que determina a incluso de informaes consideradas imprescindíveis para relatórios de sustentabilidade.

Item G3	Descrio	Página	Extensõ do reporte	Razões para omissõ
<b>1</b>	<b>Estratgia e análise</b>			
1.1	Declarao do presidente	<b>05</b>	Total	-
<b>2</b>	<b>Perfil da organizao</b>			
2.1	Nome da organizao	<b>07</b>	Total	-
2.2	Principais marcas, produtos e/ou servios	<b>11</b>	Total	-
2.3	Estrutura operacional da organizao, incluindo principais divises, unidades operacionais, subsidiárias e joint ventures	<b>11</b>	Total	-
2.4	Localizao da sede da organizao	<b>87</b>	Total	-
2.5	Número de países em que a organizao opera e nome dos países em que suas principais operaes esto localizadas ou so especialmente relevantes para as questões de sustentabilidade cobertas pelo relatório	<b>10</b>	Total	-
2.6	Tipo e natureza jurídica da propriedade	<b>11</b>	Total	-
2.7	Mercados atendidos (incluindo discriminao geográfica, setores atendidos e tipos de clientes/beneficiários)	<b>10, 14 e 15</b>	Total	-
2.8	Porte da organizao (número de empregados, vendas líquidas, capitalizao total discriminada em termos de dívida e patrimônio líquido, quantidade de produtos e servios)	<b>10, 49 e 74</b>	Total	-
2.9	Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório referentes a porte, estrutura ou participao acionária (incluindo: localizao ou mudança nas operaes, mudanças na estrutura de capital social e outra formao de capital)	<b>14 e 16</b>	Total	-
2.10	Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório	<b>05, 37 e 48</b>	Total	-
<b>3</b>	<b>Parâmetros para o relatório</b>			
3.1	Período coberto pelo relatório (como ano contábil/civil) para as informaes apresentadas	<b>07</b>	Total	-
3.2	Data do relatório anterior mais recente (se houver)	<b>74</b>	Total	-
3.3	Ciclo de emisso de relatórios (anual, bienal etc.)	<b>74</b>	Total	-
3.4	Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório ou seu conteúdo	<b>87</b>	Total	-
3.5	Processo para a definio do conteúdo do relatório	<b>07</b>	Total	-
3.6	Limite do relatório (países, divises)	<b>07</b>	Total	-
3.7	Declarao sobre quaisquer limitaes específicas quanto ao escopo ou ao limite da GRI	<b>90</b>	Total	-
3.8	Base para a elaborao do relatório no que se refere a joint ventures, subsidiárias, instalaes arrendadas, operaes terceirizadas e outras organizaes que passam afetar significativamente a comparabilidade entre períodos e/ou entre organizaes	<b>10</b>	Total	-

Item G3	Descrição	Página	Extensão do reporte	Razões para omissão
3.10	Explicação das conseqüências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações (como fusões ou aquisições, mudança no período ou ano-base, na natureza do negócio, em métodos de medição)	-	Não reportado	Não se aplica
3.11	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere a escopo, limite ou métodos de medição aplicados no relatório	07	Total	-
3.12	Tabela que identifica a localização das informações no relatório	90 e 91	Total	-
<b>4</b>	<b>Governança, compromissos e engajamento</b>			
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	19	Total	-
4.2	Indicação, caso o presidente do mais alto órgão de governança seja um diretor executivo	19	Total	-
4.3	Para organizações com uma estrutura de administração unitária, declaração do número de membros independentes ou não-executivos do mais alto órgão de governança	19	Total	-
4.4	Mecanismos para que acionistas e empregados façam recomendações ou dêem orientações ao mais alto órgão de governança	26, 27 e 28	Total	-
4.5	Relação de grupos de stakeholders engajados pela organização	26	Total	-
4.6	Base para a identificação e seleção de stakeholders com os quais se engajar	26	Total	-

#### Indicadores de desempenho

Item	Descrição	Página
EC1	Valor econômico direto gerado e distribuído, incluindo receitas, custos operacionais, remuneração de empregados, doações e outros investimentos na comunidade, lucros acumulados e pagamentos para provedores de capital e governo	48 e 49
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	54
EN1	Materiais usados por peso ou volume	76
LA7	Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho, por região	74
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	27
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	19
LA14	Proporção de salário base entre homens e mulheres, por categoria funcional	77
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	28
SO1	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	54
SO3	Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização	39
SO5	Posições quanto a políticas públicas e participação na elaboração de políticas públicas e lobbies	39
PR6	Programas de adesão às leis, normas e códigos voluntários relacionados a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio	34



Corporativas  
Formações Corporativas, Informações Corporativas  
Informações Corporativas, Informações Corporativas  
Formações Corporativas, Informações Corporativas  
Formações Corporativas, Informações Corporativas

## Presidente

Antonio Cássio dos Santos

Jabis de Mendonça Alexandre

Jose Aurelio Ramalho

## Diretores Estatutários

Albert Carvalho Junqueira

José Bailone Jr.

Luiz Carlos de Azevedo

Antonio Fernando S. Rodrigues

Luiz Carlos Zambinati Tapette

Bento Aparício Zanzini

Marcos Eduardo S. Ferreira

Carlos Alberto Draghi

Maurício Galian

Carlos Alberto Landim

Mauro Cesar Batista

Dirceu Tiegs

Moacyr D'Acampora Filho

Eduardo Soares de Freitas

Moira Coromoto Romero Ramos

Elíseo João Vicianá

Rogério Guede Vergara

Felipe Costa da S. Nascimento

Wilson Toneto





## Créditos

### **Coordenação Geral**

Unidade de Estrutura Territorial  
Superintendência de Incentivos e  
Fundação MAPFRE

### **Coordenação de conteúdo e redação**

Via Gutenberg

### **Projeto Gráfico**

Set Design

### **Fotos**

Alex Szabzon  
Mônica Carvalho  
Arquivo MAPFRE



## Tabela de Critérios

Nível de Aplicação		C	C+	B	B+	A	A+
<b>Padrões de Descrição</b>	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	<b>Relatório Verificado Externamente</b>	Reportar todos os critérios listados para o Nível C mais: 1.2 3.9, 3.13 4.5-4.13, 4.16-4.17	<b>Relatório Verificado Externamente</b>	O mesmo requerido para Nível B	<b>Relatório Verificado Externamente</b>
	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 de 20 Indicadores de Desempenho, incluindo pelo menos um de cada categoria: Econômico, Ambiental, Direitos Humanos, Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente, Sociedade e Responsabilidade pelo Produto.		Reportar cada indicador essencial G3 de acordo com o princípio da Materialidade em que: a) reportar o indicador ou b) explicar a razão para omissão.	



Aseguramos sua qualidade de vida

Av. das Nações Unidas, 11.711 – Brooklin  
04578-000 – São Paulo – SP

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

*Informações*  
*R*