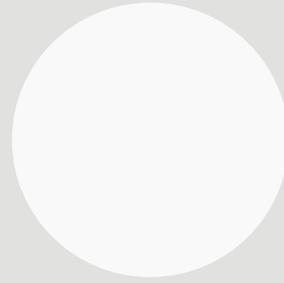
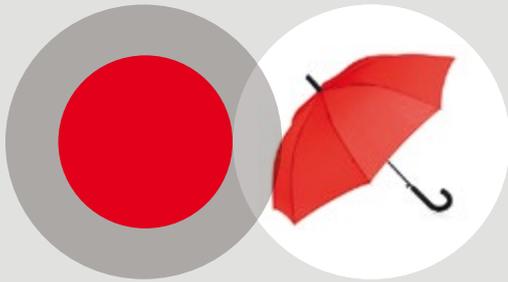


Responsabilidade  
Social

# Relatório Anual 2015





## ÍNDICE

<b>1. Carta do presidente</b>	4
<b>2. Informação geral</b>	8
2.1. PRESENÇA INTERNACIONAL	10
2.2. ORGANOGRAMA CORPORATIVO 2015	15
2.3. PRINCIPAIS MAGNITUDES ECONÔMICAS	16
2.4. ÓRGÃOS DE GOVERNO	20
<b>3. MAPFRE e a responsabilidade social corporativa (RSC)</b>	22
3.1. NOVA POLÍTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC)	23
3.2. O MODELO DE CRIAÇÃO DE VALOR SUSTENTÁVEL	26
3.3. A RELAÇÃO COM OS GRUPOS DE INTERESSE (STAKEHOLDERS): CANAIS DE RELACIONAMENTO E MATERIALIDADE	27
3.4. COMPROMISSOS COM O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: INICIATIVAS INTERNACIONAIS E LOCAIS	39
3.5. FATORES E RISCOS AMBIENTAIS, SOCIAIS E DE GOVERNANÇA (ASG)	46
3.6. MEDIDAS DE PREVENÇÃO E CUMPRIMENTO	54
<b>4. Dimensão social da MAPFRE</b>	60
4.1. A MAPFRE E SEUS FUNCIONÁRIOS	61
4.2. A MAPFRE E SEUS CLIENTES	91
4.3. A MAPFRE E SEUS ACIONISTAS	120
4.4. A MAPFRE E SEUS DISTRIBUIDORES	128
4.5. A MAPFRE E SEUS FORNECEDORES	133
4.6. MAPFRE E A SOCIEDADE	138
<b>5. Dimensão ambiental da MAPFRE</b>	158
5.1. COMPROMISSO COM O MEIO AMBIENTE E A SUSTENTABILIDADE	160
5.2. CONSECUÇÃO DE RESULTADOS 2015	162
5.3. SISTEMA INTEGRADO DE GESTÃO AMBIENTAL, ENERGÉTICA E DE PEGADA DE CARBONO (SIGMAYE)	168
5.4. MUDANÇAS CLIMÁTICAS	174
5.5. ECOEFICIÊNCIA	185
5.6. PRESERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE	191
5.7. CULTURA AMBIENTAL	194
5.8. LINHAS DE AÇÃO 2016-2017	199
5.9. MATERIALIDADE AMBIENTAL	200
<b>6. Informações complementares</b>	202
6.1. PRINCÍPIOS SEGUIDOS PARA A ELABORAÇÃO DO RELATÓRIO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA	203
6.2. ÍNDICE DE CONTEÚDO GRI G4 E MATERIALITY DISCLOSURES ORGANIZATIONAL MARK	205
6.3. RELATÓRIO DE VERIFICAÇÃO EXTERNA	226



# Carta do Presidente

Prezado(a) leitor(a),

Na MAPFRE, trabalhamos todos os dias com o objetivo de obter um crescimento rentável, mas também com o compromisso de desenvolver a nossa atividade assumindo a responsabilidade social que nos compete, como seguradora, em todos os países nos quais estamos presentes.

Os negócios e a sustentabilidade não podem seguir por vias diferentes. As empresas, como bons cidadãos corporativos, apenas concebem um cenário que integra esses dois aspectos. As seguradoras reforçam ainda mais a nossa sensibilidade para garantir a sustentabilidade no nosso desenvolvimento. A natureza das operações de seguros nos leva a ter um foco preventivo, mitigador e reparador dos aspectos e riscos ambientais, sociais e de governança. Ser seguradores de outros riscos, permite-nos promover negócios mais responsáveis e sustentáveis.

O Relatório que lhes apresento aqui, além de ser um balanço anual, também é um reflexo do esforço dos resultados das ações que a MAPFRE realizou em 2015 no âmbito da sustentabilidade, criando valor para os nossos grupos de interesse. Permitam-me destacar alguns deles:

— O Relatório foi elaborado conforme as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI) em sua versão mais recente, a G4. O exercício de identificação de assuntos relevantes (Análise de Materialidade) de 2015, permitiu-nos estabelecer os que são importantes para a empresa e os grupos de interesse que

participaram este ano, clientes, funcionários, fornecedores e distribuidores, tanto na Espanha quanto no Brasil, na Colômbia, no México e em Porto Rico.

– Reafirmamos publicamente o nosso compromisso com o desenvolvimento sustentável, com a nossa participação em iniciativas internacionais de referência nesse âmbito, como o Pacto Global das Nações Unidas, com a Iniciativa Financeira do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEPFI) e com os Princípios para Sustentabilidade em Seguros, entre outras, e, a mais recente, adotada durante a cúpula de Paris (COP21), a iniciativa “Paris Pledge for Action”.

– Em 2015, o Conselho de Administração da MAPFRE aprovou a nova Política Corporativa de RSC, que define o quadro de referência a ser seguido pelas entidades do Grupo para o desenvolvimento e a potencialização de um comportamento socialmente responsável nos países em que atuam.

– Continuamos focados na gestão e na identificação de fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG), como forma de minimizar o impacto da nossa atividade na sociedade e, principalmente, nos nossos clientes, oferecendo produtos e serviços adequados às suas necessidades, promovendo a cultura seguradora e incentivando o acesso ao seguro para os grupos mais vulneráveis.

– A inovação faz parte da cultura de negócios da MAPFRE e, portanto, em 2015, consolidamos a implementação do nosso modelo de inovação, com a abertura de treze agências de Inovação e Desenvolvimento.

– Em 2015, o quadro de funcionários da empresa teve um aumento de 1.352 funcionários diretos. Além disso, participamos de diversos programas de promoção do emprego e da integração no trabalho, principalmente com pessoas portadoras de deficiência. A MAPFRE também estimulou a criação de empregos indiretos, por meio de sua rede comercial e de distribuição, bem como empregos induzidos a outros setores da economia: em 2015, a MAPFRE gerou atividade e negócios para seus fornecedores equivalentes a 4,1 bilhões de euros.

– A MAPFRE está comprometida com o desenvolvimento profissional e pessoal dos indivíduos que trabalham no Grupo, pois são eles que fazem com que os negócios sejam eficientes e competitivos. Por esse motivo, focamo-nos em identificar

e promover o talento interno e oferecer oportunidades de desenvolvimento profissional por meio da formação e da mobilidade, em retribuir de forma justa e equitativa, utilizando sistemas objetivos de avaliação, em administrar a diversidade, em proporcionar um ambiente de trabalho seguro, saudável e que respeite as pessoas, e em conciliar o trabalho com a vida pessoal.

Permitam-me mencionar uma iniciativa da qual nos sentimos particularmente orgulhosos: o Programa Global de Voluntariado. É justo reconhecer aqui o trabalho solidário que mais de quatro mil funcionários da MAPFRE desenvolveram em 2015, como parte ativa do voluntariado corporativo. Esses funcionários, com sua generosidade pessoal, fazem com que o nosso compromisso social faça mais sentido e seja realmente apreciado pela sociedade. Foram realizadas mais de 760 ações de diferentes âmbitos (nutrição, saúde, educação, meio ambiente e ajuda em casos de emergência), beneficiando direta e indiretamente mais de 500 mil pessoas. Esperamos incorporar mais funcionários comprometidos com esse Programa Global a cada ano.

– Também somos muito gratos aos mais de 34 milhões de clientes que confiam na MAPFRE. O cliente é o centro da nossa evolução, tanto tecnológica quanto em canais de atendimento e distribuição. Sua experiência conosco permite-nos melhorar de forma contínua os serviços e produtos de seguros que lhes facilitam a vida, seja profissionalmente, seja em seu ambiente pessoal e familiar.

– Além disso, a rede comercial e de distribuição da MAPFRE conta com mais de 80 mil profissionais (mediadores, agentes e delegados) com vasta experiência e proximidade com o cliente, qualidades necessárias para oferecer uma assessoria permanente e de qualidade.

– Mantemos relações com mais de 220 mil fornecedores. A MAPFRE trabalha para transformar seus fornecedores de serviços em verdadeiros embaixadores da marca, por meio da relação que desenvolvem com o cliente e da sua capacidade de serviço, criando um modelo de gestão de relacionamentos com base na criação mútua de valor.

– Fomos incluídos no Anuário da RobecoSAM de Sustentabilidade de 2016 como uma das 20 empresas espanholas mais sustentáveis do mundo em termos ambientais, sociais e de boa governança (ASG), aspectos que,

cada vez mais, são levados em consideração por analistas especializados no âmbito da sustentabilidade. Além disso, fizemos parte do Índice FTSE4Good e do FTSE4Good Ibex.

Em 2015, a MAPFRE aprovou uma nova política de comunicação com acionistas, investidores institucionais e consultores de voto, com o intuito de incentivar as relações entre esses grupos de interesse e a empresa.

— Focamo-nos na criação de valor sustentável para o acionista, gerando, assim, valor para a empresa. De 2007 até hoje, a MAPFRE aumentou o montante destinado a dividendos em 72%, sendo que a taxa de "pay-out" referente aos resultados de 2015 ficou em 56%.

Somos uma das empresas líderes mundiais na luta contra as mudanças climáticas, fazendo parte da 'Climate A-list Global' da Iniciativa "Carbon Disclosure Project".

Somos um Grupo comprometido com o ambiente no qual desenvolvemos a nossa atividade. O nosso sistema integrado de gestão ambiental, energética e de pegada de carbono nos permite controlar o impacto das nossas principais instalações e dos nossos consumos.

Além disso, temos um Plano Estratégico Corporativo de Eficiência Energética e Mudanças Climáticas, a fim de reduzir a emissão de gases do efeito estufa nas instalações do Grupo e estabelecer um conjunto de linhas de ação específicas contra as mudanças climáticas.

Como indicado no início, um dos nossos objetivos é transmitir o valor social da empresa em todos os países nos quais estamos presentes. Para nós, o conceito de valor social é a soma do valor gerado pela atividade comercial e pelas outras atividades não lucrativas que a empresa apoia e desenvolve, principalmente por meio da Fundación MAPFRE. Os Relatórios apresentados no Conselho de Acionistas (Contas Anuais, Responsabilidade Social e Fundación MAPFRE), que foram publicados na página da empresa, representam, conjuntamente, o valor social da MAPFRE. Além disso, incorporamos neste Relatório Anual alguns dos indicadores de impacto social que consideramos mais relevantes.

Ser sustentável implica, não apenas assumir o impacto gerado pela nossa atividade na sociedade, como também construir relações de confiança com os nossos grupos de interesse e envolvê-los no nosso projeto de empresa socialmente comprometida. Em 2016, intensificaremos a nossa ação com a aprovação do Plano de Sustentabilidade do Grupo, que será a nossa referência em Responsabilidade Social Corporativa para os próximos três anos.

Muito obrigado



[G4-1, 33; FS9]





02



# Informação geral

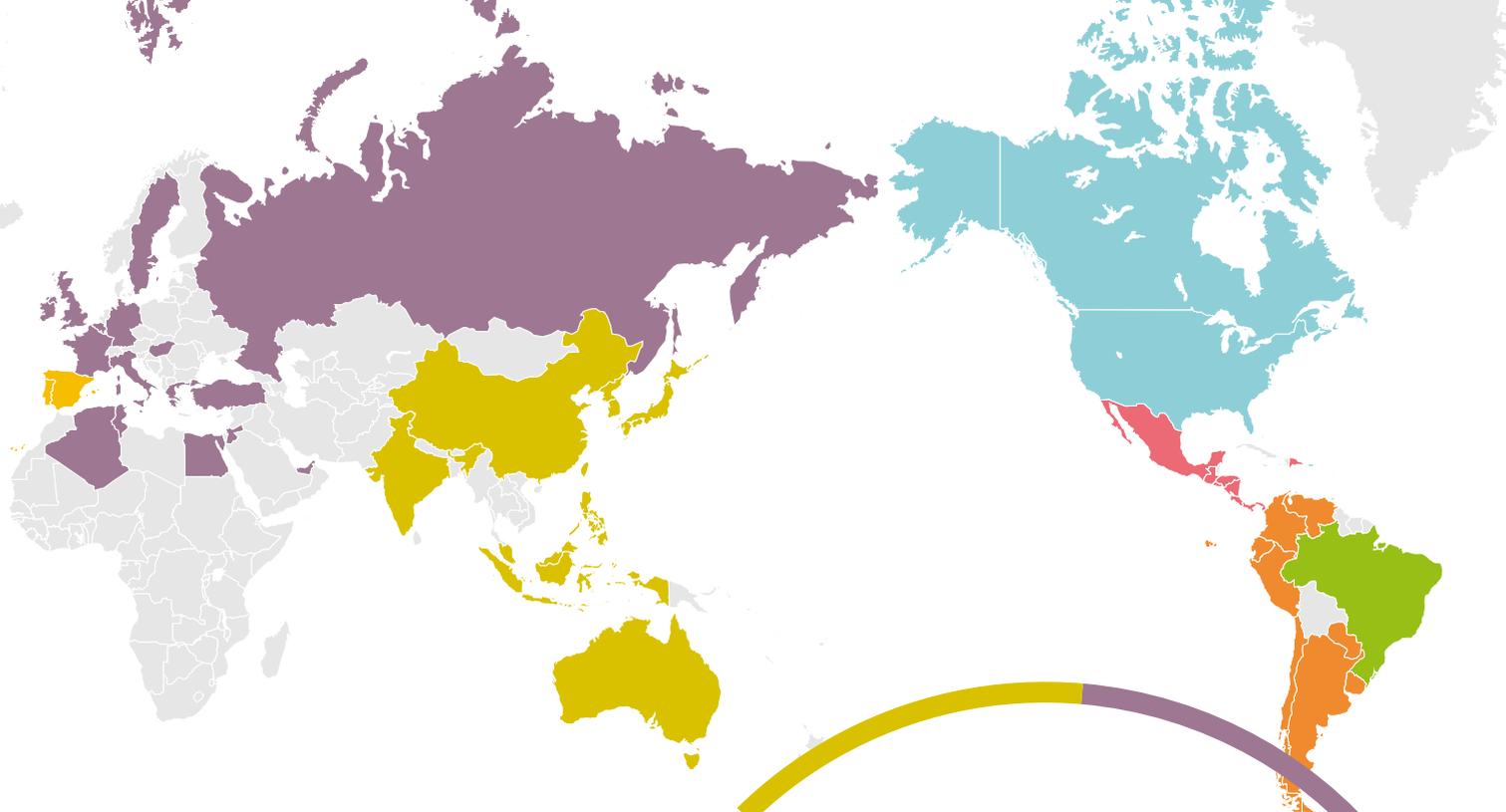
#### [G4-3, 5, 6, 7, 8]

A MAPFRE é uma empresa global que desenvolve, principalmente, atividades de seguro e resseguro em mais de 50 países dos cinco continentes. A matriz do Grupo é a sociedade holding MAPFRE S.A., cujas ações são negociadas nas bolsas de Madri e Barcelona e integram os índices IBEX 35, Dow Jones Stoxx Insurance, MSCI Spain, FTSE All-World Developed Europe Index, FTSE4Good e FTSE4Good IBEX.

A maioria das ações da MAPFRE S.A. é de propriedade da Fundación MAPFRE, o que garante a sua independência e estabilidade institucional. A Fundación MAPFRE desenvolve atividades de interesse geral nas áreas de Ação Social, Seguros e Previdência Social, Cultura, Prevenção e Segurança Viária e Promoção da Saúde.

O negócio do Grupo divide-se em quatro Unidades de Negócio (Seguros; Assistência, Serviços e Riscos Especiais; Global Risks; e Resseguro), três grandes Áreas Territoriais (IBÉRIA, LATAM e INTERNACIONAL) e sete Áreas Regionais: IBÉRIA, LATAM NORTE, LATAM SUL, Brasil, América do Norte, EMEA e APAC.

A MAPFRE tem uma ampla presença multinacional e é a maior seguradora espanhola do mundo. No fechamento do exercício de 2014, segundo os últimos dados disponíveis, ocupava o décimo lugar no ranking europeu de seguros, no qual também foi a quinta empresa de Não Vida, e a primeira posição desse setor na América Latina, região na qual é o segundo maior grupo de seguros.



## 2.1. PRESENÇA INTERNACIONAL

A MAPFRE opera em um total de 51 países, por meio de 237 sociedades. No fechamento do exercício de 2015, possuía 5.848 agências próprias em todo o mundo. Além disso, distribui seus produtos por meio de 8.932 agências de entidades bancárias e outros pontos de venda que comercializam os seguros da MAPFRE graças a acordos de colaboração, também possui uma rede de mais de 80 mil agentes e mediadores, dos quais cerca de 7.200 encontram-se nos Estados Unidos e mais de 23 mil no Brasil.

No ramo de seguros, a MAPFRE é a maior seguradora espanhola do mundo, a décima maior seguradora da Europa, com presença em praticamente todos os países da América Latina (região na qual ocupa o posto de segundo maior grupo de seguros e é líder em seguros Não Vida), nos Estados Unidos da América, onde é uma das 20 primeiras seguradoras de automóveis, na Alemanha, nas Filipinas, na Itália, em Malta, em Portugal e na Turquia.

No ramo de Assistência, a MAPFRE opera em 47 países e é a terceira maior empresa do mundo no setor. Além disso, o grupo conta com uma resseguradora profissional (MAPFRE RE), que está entre as primeiras 15 entidades no ranking do resseguro mundial e desenvolve suas atividades em todo o mundo, contando para isso com 19 escritórios e duas filiais. O Grupo conta com a empresa especializada MAPFRE GLOBAL RISKS para administrar os programas globais de seguros.



## BRASIL

Nº FUNCIONÁRIOS  
**7.315**

Brasil    ● ● ○

## LATAM NORTE

Nº FUNCIONÁRIOS  
**3.572**

Costa Rica	●	México	● ● ○
El Salvador	● ●	Nicarágua	● ●
Guatemala	● ●	Panamá	● ●
Honduras	● ●	Rep. Dominicana	● ●

## LATAM SUL

Nº FUNCIONÁRIOS  
**6.728**

Argentina	● ● ○	Paraguai	●
Chile	● ● ○	Peru	● ●
Colômbia	● ● ○	Uruguai	● ●
Equador	● ●	Venezuela	● ● ○

- SEGURO DIRETO
- ASSISTÊNCIA
- GLOBAL RISKS
- RESSEGURO



## Implementação

ÁREA TERRITORIAL

# INTERNACIONAL

## EMEA

Nº FUNCIONÁRIOS

**4.376**

Alemanha	● ● ● ○	Itália	● ● ● ○
Argélia	●	Jordânia	●
Bahrain	●	Luxemburgo	●
Bélgica	● ● ○	Malta	● ●
Egito	●	Reino Unido	● ● ● ○
Emirados Árabes Unidos	●	Rússia	●
França	● ● ● ○	Suécia	●
Grécia	●	Tunísia	●
Hungria	●	Turquia	● ●
Irlanda	●		

● SEGURO DIRETO    ● GLOBAL RISKS

● ASSISTÊNCIA    ○ RESSEGURO

## AMÉRICA DO NORTE

Nº FUNCIONÁRIOS

**3.889**

Canadá	● ○
Estados Unidos	● ● ○
Porto Rico	● ●

## APAC

Nº FUNCIONÁRIOS

**1.131**

Austrália	●	Indonésia	●
China	● ○	Japão	●
Filipinas	● ● ○	Malásia	○
Hong Kong	●	Singapura	○
Índia	●	Taiwán	●



## Implementação

ÁREA TERRITORIAL

# IBÉRIA

## IBÉRIA

Nº FUNCIONÁRIOS  
**9.494**

Espanha ● ● ● ○ Portugal ● ● ● ○

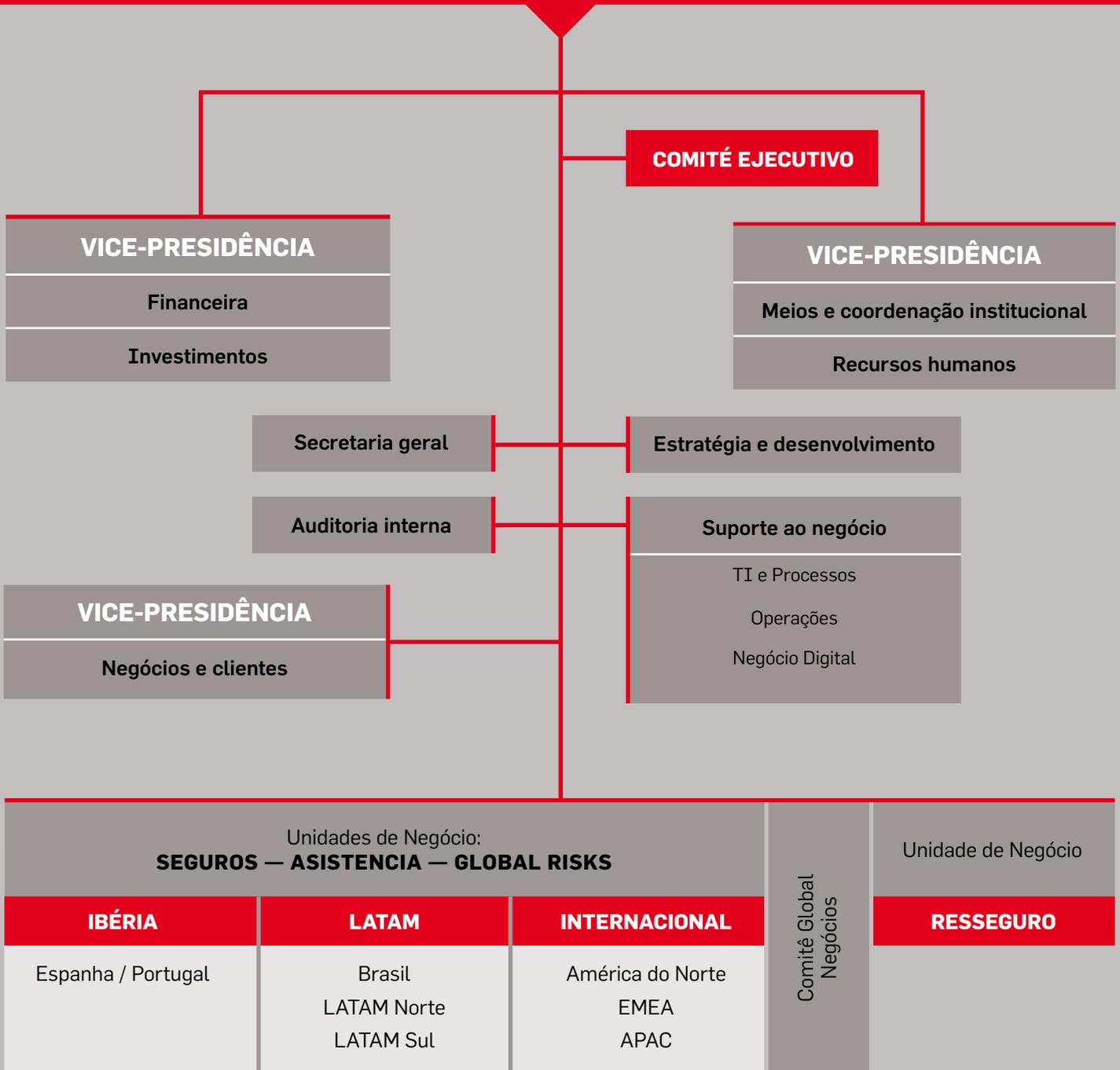


Nº FUNCIONÁRIOS  
**1.900**

Áreas Corporativas e Serviços Centrais

- SEGURO DIRETO
- GLOBAL RISKS
- ASSISTÊNCIA
- RESSEGURO

**MAPFRE S.A.  
PRESIDÊNCIA**



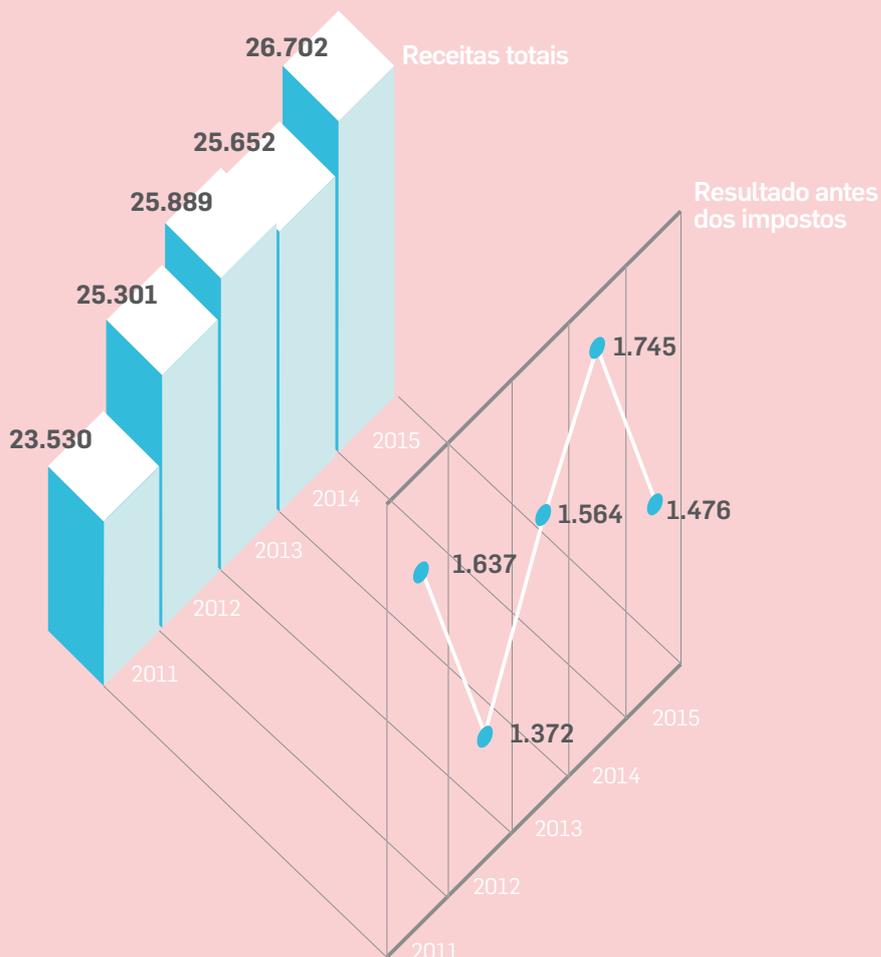


## 2.3. PRINCIPAIS MAGNITUDES ECONÓMICAS

[G4-9]

### Receitas e Resultados

Dados em milhões de euros



O quadro a seguir reflete a evolução dos fundos administrados em produtos de Vida e Poupança:

	2015	2014	% 15/14
Provisões técnicas de Vida <sup>(1)</sup>	28.104,7	30.615,1	(8,2%)
Fundos de aposentadoria	5.076,2	5.788,8	(12,3%)
Fundos de investimentos e carteiras administradas	4.736,4	4.413,6	7,3
<b>TOTAL</b>	<b>37.917,3</b>	<b>40.817,5</b>	<b>(7,1%)</b>

Valores em milhões de euros

(1) Inclui todas as provisões técnicas das empresas de seguros de Vida e as provisões de seguros de Vida das entidades seguradoras multiramo.

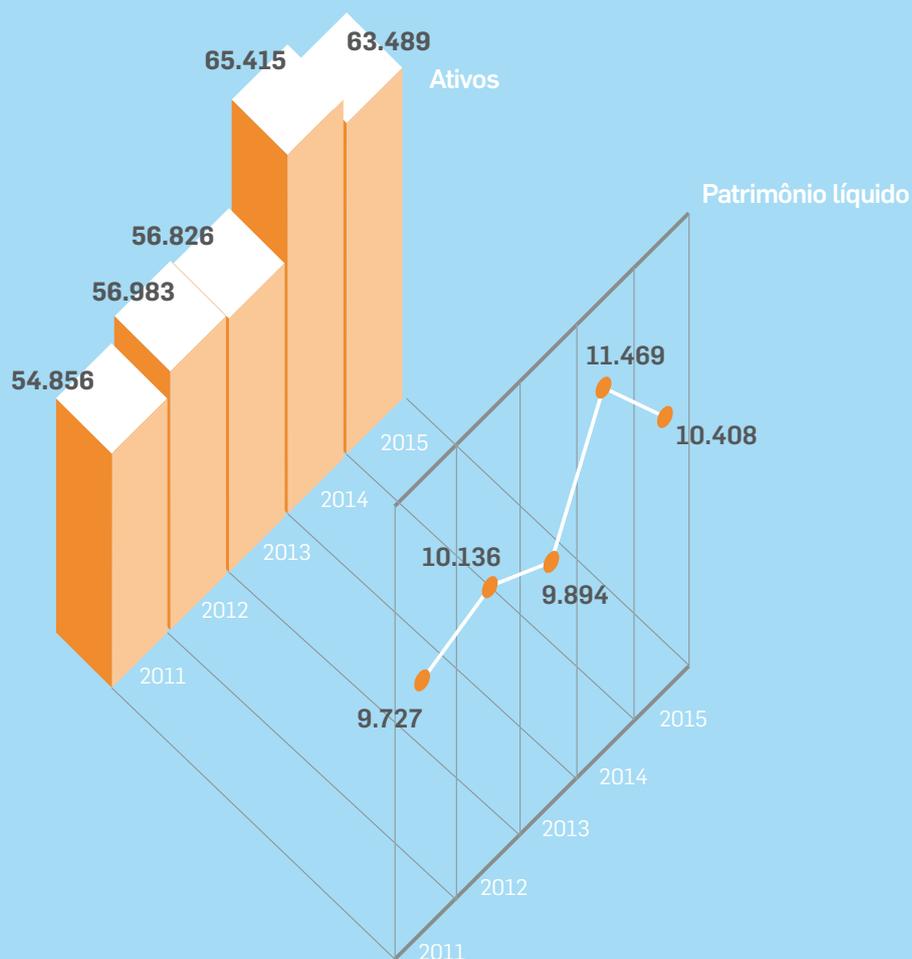
Total fundos em Vida e Poupança

# 37.917,3

milhões de euros

## Ativos e patrimônio líquido

Dados em milhões de euros



Distribuição territorial do negócio por prêmios	2015	2014
IBERIA	28%	31%
LATAM	36%	40%
INTERNACIONAL	20%	15%
MAPFRE RE	16%	14%

Participações no mercado	2015	2014
<b>Espanha (prêmios)</b>		
Automóveis	20,4%	20,5%
Saúde	6,2%	5,9%
Resto Não Vida	15,7%	15,9%
Vida	6,8%	8,4%
TOTAL	11,3%	12,1%
<b>Espanha Vida (provisões técnicas)</b>	<b>10,7%</b>	<b>11,2%</b>
<b>América Latina (prêmios Não Vida)</b>	<b>n.d.</b>	<b>9,7%</b>

As participações de mercado do ano de 2014 foram recalculadas, classificando o negócio da CATALUNYACAIXA como interrompido

Participações no mercado  
Espanha

**11,3%**

total prêmios

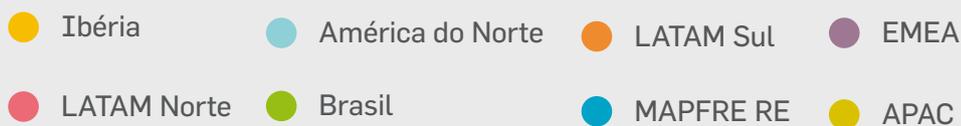
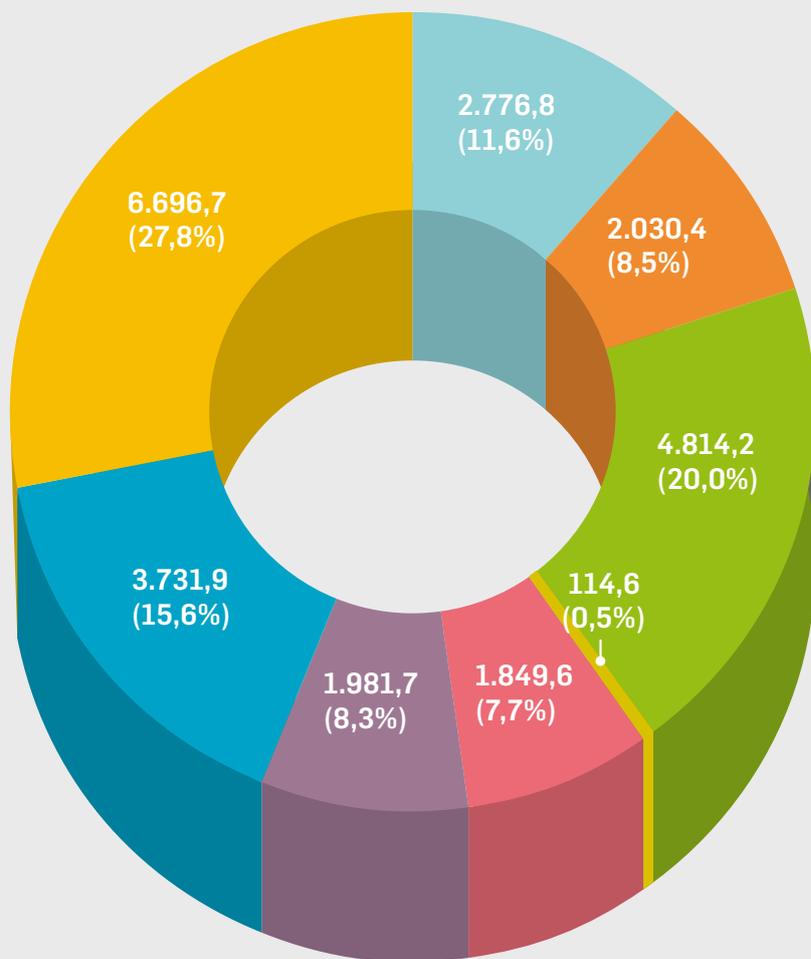
## Detalhamento dos prêmios por área territorial

Valores em milhões de euros

Total

# 23.995,9

milhões de euros



### Contribuição para o resultado consolidado

	EUR B	%
IBÉRIA	494,8	57,9%
BRASIL	153,4	18,0%
AMÉRICA DO NORTE	(32,7)	(3,8%)
LATAM SUL	49,4	5,8%
EMEA	(2,4)	(0,3%)
LATAM NORTE	42,4	5,0%
APAC	(3,4)	(0,4%)
MAPFRE RE	152,6	17,9%
<b>TOTAL</b>	<b>854,1</b>	<b>100,0%</b>
Holdings e eliminações	(145,3)	
<b>LUCRO LÍQUIDO</b>	<b>708,8</b>	

## 2.4. ÓRGÃOS DE GOVERNO

De acordo com as disposições legais e estatutárias, o Conselho de Administração é o órgão responsável por dirigir, administrar e representar a Sociedade. Consequentemente, possui faculdades plenas de representação, disposição e gestão, e seus atos se aplicam à Sociedade, sem mais limitações além das atribuições que correspondam expressamente à Assembleia Geral de Acionistas, conforme a Lei e os Estatutos Sociais.

O Conselho age como o órgão maior de decisão e supervisão da Sociedade, bem como de supervisão do conjunto de sociedades afiliadas a ela, enquanto a gestão ordinária é desempenhada pelos órgãos de diretoria e executivos da Sociedade e pelos órgãos sociais competentes dessas sociedades afiliadas.

Este órgão pode delegar as faculdades que considerar convenientes, exceto aquelas que não podem ser delegadas por imperativo legal ou estatutário, como indicado no artigo 1 do Regulamento do Conselho de Administração de MAPFRE S.A. Essas faculdades indelegáveis incluem, entre outras:

– **Determinar as políticas e estratégias gerais da Sociedade**, em particular: a) Os Objetivos de Atuação e os Planos Estratégicos para a sua consecução. b) Os Orçamentos Anuais de Receitas, Gastos e Resultados, e as Previsões Anuais de Situação Financeira e Patrimonial. c) A definição da estrutura do Grupo. d) A Política de Investimentos e de Financiamento. e) A Política de Identificação, Gestão e Controle de Riscos, incluídos os fiscais, e a supervisão dos sistemas internos de informação e controle. f) A Política de Governo Corporativo da Sociedade e do Grupo. g) A Política de Responsabilidade Social Corporativa. h) A Política de Dividendos. i) A Política relativa às Ações Próprias. j) A determinação da Estratégia Fiscal da Sociedade.

Formular para cada exercício social, para além dos relatórios que deva formular com caráter não delegável de acordo com as leis e os Estatutos (Relatório de Gestão e Contas Anuais, Relatórios Anuais de Governo Corporativo e de Remunerações dos Conselheiros), o **Relatório Anual de Responsabilidade Social do Grupo**.

– **Adotar as decisões relativas à remuneração** dos Conselheiros dentro do quadro estatutário e da política de remunerações aprovada pela Assembleia Geral de Acionistas.

– **Garantir o cumprimento** dos Princípios Institucionais e Empresariais do Grupo MAPFRE.

A composição atual do Conselho é de 18 membros, dos quais 5 membros são conselheiros executivos, 6 conselheiros dominicais e 7 conselheiros independentes.

O grande número de entidades que compõem o Grupo MAPFRE e seu caráter multinacional, com presença nos cinco continentes, junto com sua relevância econômica e empresarial, justificam o número de membros do Conselho, que é adequado para um funcionamento eficaz e participativo. Não obstante, nos últimos cinco anos, o tamanho do Conselho de Administração sofreu uma redução de 25%, passando de 24 para 18 membros.

Entre as novidades introduzidas pelo novo Regulamento, está o cargo do Conselheiro Coordenador, criado principalmente para dirigir a avaliação do Presidente do Conselho, dentre outras funções.

Sobre a composição e funcionamento do Conselho, assim como dos restantes órgãos de governança de MAPFRE SA, é possível ampliar a informação, consultando os seguintes documentos públicos que figuram no seguinte link [www.mapfre.com/corporativo-es/accionistas-inversores/inversores/gobierno-corporativo/](http://www.mapfre.com/corporativo-es/accionistas-inversores/inversores/gobierno-corporativo/)

- Regulamento do Conselho de Administração
- Conselho de Administração
- Comissão e Comitês Delegados
- Relatório Anual de Governança Corporativa
- Assembleia Geral (convocação e demais documentos)

A seguir, de forma gráfica, serão representados os órgãos de governança da MAPFRE vigentes em 2016:

# MAPFRE S.A.

## CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

### Comissão delegada

**Funções:** Diretoria e supervisão permanente da gestão ordinária da Sociedade e de suas filiais no que tange aos aspectos estratégicos e operacionais.

**Composição:** Será composta por até dez membros, todos eles integrantes do Conselho de Administração. Seus Presidente, Primeiro e Segundo Vice-Presidentes e Secretário serão, com caráter nato, os do referido Conselho.

### Comitê de Auditoria

**Funções:** Verificação das informações financeiras, proposta de nomeação de auditor externo e supervisão da Auditoria Interna.

**Composição:** Será composto por no mínimo três e no máximo cinco conselheiros, todos eles não executivos e dois dos quais, no mínimo, deverão ser conselheiros.

### Comitê de Nomeações e Remunerações

**Funções:** Desenvolvimento coordenado da política de designação e remuneração dos Conselheiros e Diretores Executivos do Grupo.

**Composição:** Será composto por no mínimo três e no máximo cinco conselheiros, todos eles não executivos e dois dos quais, no mínimo, deverão ser conselheiros independentes. Seu Presidente será um conselheiro independente.

### Comitê de Riscos e Cumprimento

**Funções:** Apoio e assessoria para o Conselho de Administração na definição e na avaliação das políticas de gestão de riscos e na determinação da propensão ao risco e da estratégia de riscos, bem como supervisão da correta aplicação das normas de boa governança e das normativas externa e interna na Sociedade e no Grupo.

**Composição:** Será composto por no mínimo três e no máximo cinco membros, todos eles não executivos e dois dos quais, no mínimo, deverão ser conselheiros independentes. Seu Presidente será um conselheiro independente.

03



MAPFRE  
e a responsa-  
bilidade  
social  
corporativa  
(RSC)



Neste capítulo, agrega-se informação sobre temas gerais de RSC nos quais a MAPFRE trabalhou em 2015, dentre outros, a aprovação de uma nova política corporativa específica, a análise da materialidade, os compromissos com o desenvolvimento sustentável, a gestão de riscos ambientais, sociais e de governança (ASG) e as medidas para a prevenção e o cumprimento.

### 3.1. NOVA POLÍTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

**[G4-56; HR3-HR5; FS13-FS15]**

Em 23 de julho de 2015, o Conselho de Administração da MAPFRE aprovou, dentre outras, a nova Política de RSC, que segue as recomendações do Código de Boa Governança para entidades listadas na Comissão Nacional do Mercado de Valores<sup>1</sup>.

A Política de Responsabilidade Social Corporativa, estabelece um quadro de referência a partir do qual qualquer entidade do Grupo MAPFRE pode desenvolver e potencializar um comportamento socialmente responsável, independentemente da forma convencional e/ou digital, na qual o negócio for desenvolvido, e do país no qual operar, adaptando localmente as ações necessárias para o seu cumprimento.

A política define o que é a RSC para a MAPFRE e reafirma o compromisso geral do Grupo neste âmbito. Além disso, a política determina os objetivos bem concretos, que vinculam a RSC com o negócio, com a gestão de riscos ambientais, sociais e de governança (ASG) e com a criação de valor social, envolvendo os seus grupos de interesse mais diretos no seu desenvolvimento.

Esta política estabelece o compromisso da MAPFRE em temas gerais que são importantes para a empresa e que preocupam também a sociedade, dentre outros: os direitos humanos, a responsabilidade fiscal, a transparência ou o meio ambiente, e também determina os compromissos específicos da empresa, principalmente com os grupos de interesse, estabelecidos em sua missão.

Por outro lado, a própria política estabelece que será o Comitê Corporativo de RSC da MAPFRE aquele que informe o Conselho de Administração sobre o grau de avanço de seu cumprimento e sobre a estratégia de RSC.

---

<sup>1</sup> [http://www.cnmv.es/docportal/publicaciones/codigogov/codigo\\_buen\\_gobierno.pdf](http://www.cnmv.es/docportal/publicaciones/codigogov/codigo_buen_gobierno.pdf)

A seguinte tabela mostra, de forma resumida, o conteúdo e a estrutura da Política de RSC:

## DEFINIÇÃO E OBJETIVOS



A MAPFRE define a sua responsabilidade social como “um compromisso voluntário e estratégico que envolve procurar a consecução de seus objetivos empresariais, cumprindo rigorosamente suas obrigações contratuais e legais, aplicando critérios de equidade e estabilidade nas relações com seus grupos de interesse (stakeholders), contribuindo, assim, para a satisfação das necessidades presentes e futuras da sociedade”

### OBJETIVOS

- \_ Alcançar o interesse social e seus objetivos estratégicos.
- \_ Gerenciar a empresa tendo como base os valores que devem estar presentes em qualquer projeto empresarial que se desenvolva.
- \_ Estabelecer relações estáveis e de equidade com os grupos de interesse, principalmente os acionistas, funcionários, fornecedores, distribuidores, clientes e com a sociedade.
- \_ Gerenciar os riscos e oportunidades de negócio, assumindo o impacto que gera na sociedade e no entorno
- \_ Transmitir o valor social da empresa, em cada território, que concilia o valor da sua atividade operacional com o valor das atividades não lucrativas que são realizadas.

## 9 PRINCÍPIOS GERAIS PARA CUMPRIR OS OBJETIVOS

- 1 Cumprimento dos Compromissos Internacionais
- 2 Cumprimento das Leis e normas nacionais e internacionais
- 3 Manutenção de práticas de governança corporativa
- 4 Comunicação e diálogo com todos os grupos de interesse
- 5 Compromisso com a transparência
- 6 Compromisso com os Direitos Humanos
- 7 Responsabilidade Fiscal
- 8 Conservação e promoção do Meio Ambiente
- 9 Promoção da responsabilidade social

## 6 PRINCÍPIOS ESPECÍFICOS PARA CUMPRIR OS OBJETIVOS RELACIONADOS COM:

- 1 Funcionários
- 2 Clientes e segurados
- 3 Fornecedores
- 4 Distribuidores/ mediadores
- 5 Acionistas
- 6 Sociedade

### MECANISMOS DE DESENVOLVIMENTO, SEGUIMENTO E CONTROLE

- \_ Comitê Corporativo de RSC
- \_ Conselho de Administração (órgão delegado)

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

O Comitê Corporativo de RSC tem por objetivo incentivar o desenvolvimento da responsabilidade social no Grupo MAPFRE. É um órgão interno permanente, com funções executivas e competências de informação, assessoria e proposição no âmbito da RSC.

Este Comitê é formado pelos máximos representantes das Áreas Financeira, de Meios e Coordenação Institucional e da Secretaria Geral, todos eles membros da Alta Direção e, como relatores, o Diretor do Grupo de Trabalho Interno de RSC, e a Diretora de Responsabilidade Social, que também atuará como secretária. Além disso, é presidido pelo Segundo Vice-presidente do Grupo.

Dentre as suas funções, destacam-se as seguintes:

- Conhecer, orientar e impulsionar e supervisionar o grau de cumprimento da estratégia global de Responsabilidade Social Corporativa, e da Política de Responsabilidade Social, e informar sobre isso ao Conselho de Administração e à Comissão Delegada ou ao Comitê Executivo, segundo corresponda, através da figura do Presidente do Comitê de RSC.
- Avaliar periodicamente a situação do Grupo quanto à responsabilidade social corporativa e, quando for o caso, estabelecer as medidas correspondentes.
- Realizar um acompanhamento das iniciativas internacionais de responsabilidade social corporativa e dos compromissos assumidos pela MAPFRE neste âmbito.

Levando em consideração o alcance global de suas competências, para que o Comitê de RSC possa cumprir adequadamente as suas funções, recebe o suporte e assessoria da Diretoria de Responsabilidade Social, que pertence à Subdiretoria Geral de Publicidade, Marca e Responsabilidade Social, e do Grupo de Trabalho Interno de RSC.

Em 2015, este Comitê se reuniu formalmente em duas ocasiões. Em sua última sessão, aprovou, entre outros temas, o desenvolvimento do Projeto de Direitos Humanos no Grupo MAPFRE.

## 3.2. O MODELO DE CRIAÇÃO DE VALOR SUSTENTÁVEL

Do mesmo modo, revisou-se o modelo de RSC aprovado em 2005, incorporando os elementos que se adaptam melhor à evolução que a MAPFRE teve ao longo destes dez anos.

Este modelo está alinhado com a visão, missão e valores da MAPFRE, bem como com os Princípios Institucionais e Empresariais. Por esta razão, o modelo permite que se crie valor sustentável para o grupo, levando em consideração as relações de confiança dos grupos de interesse.

O modelo continua a se basear em eixos, e estes atuam de forma integrada para gerar valor: o segundo pilar agora integra a responsabilidade social e ambiental.

### BOM GOVERNO

- \_ Garantir o cumprimento das obrigações legais e dos compromissos adquiridos no âmbito da RSC
- \_ Promover um comportamento ético na gestão da organização e no desenvolvimento do negócio
- \_ Assegurar a transparência, de forma que se possa transmitir e gerar confiança e credibilidade aos nossos grupos de interesse
- \_ Manter práticas de governança corporativa baseadas na ética, na transparência empresarial e na diversidade.

### RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL

- \_ Estabelecer relações de equidade com os grupos de interesse, principalmente os incluídos na missão da empresa.
- \_ Gerenciar os compromissos adquiridos pela adesão da empresa a iniciativas tanto internacionais quanto locais, que sejam de referência no âmbito do desenvolvimento sustentável
- \_ Assumir o impacto que a atividade do Grupo gera na sociedade e no entorno, através de uma adequada gestão dos riscos ambientais, sociais e de governança (ASG)
- \_ Promover a atuação do Grupo em temas ambientais que ajudem a preservar o entorno no qual a atividade se desenvolve.
- \_ Ser transparentes com a atividade de RSC, fazendo relatórios anuais neste âmbito, utilizando para tal padrões internacionais.

**VALOR  
SUSTENTÁVEL**

### CONTRIBUIÇÃO PARA A SOCIEDADE

- \_ Tendo claro o papel do Grupo na sociedade, mais além da atividade mercantil, a MAPFRE promove e colabora nas atividades não lucrativas de interesse geral que desenvolve, principalmente, com a Fundación MAPFRE.

### 3.3. A RELAÇÃO COM OS GRUPOS DE INTERESSE (STAKEHOLDERS)

**[G4-24, G4-25, G4-26, G4-27, G4-58]**

A MAPFRE precisa do envolvimento de seus grupos de interesse para cumprir seus objetivos empresariais de forma sustentável, especialmente o envolvimento dos grupos definidos em sua missão: funcionários, acionistas, fornecedores, distribuidores e sociedade.

A MAPFRE considera que o envolvimento e o compromisso dos stakeholders com a empresa são conseguidos construindo relacionamentos que acumulem confiança entre as partes. Um relacionamento que permita conhecer e dar resposta às suas expectativas e levar em consideração seus legítimos interesses no desenvolvimento do negócio.

A nova Política de RSC estabelece os princípios que determinam a forma pela qual a MAPFRE quer construir estes relacionamentos, e os compromissos acordados relacionados com os grupos de interesse prioritários.



## PRINCÍPIOS GERAIS DA POLÍTICA DE RSC, RELATIVOS AO RELACIONAMENTO COM OS GRUPOS DE INTERESSE

**PRINCÍPIO 4** que determina que a comunicação e o diálogo com todos os grupos de interesse devem estar baseados na transparência, na veracidade e no compromisso

**PRINCÍPIO 5** no qual se estabelece o compromisso com a transparência, visando transmitir e gerar confiança e credibilidade aos grupos de interesse.

## PRINCÍPIOS ESPECÍFICOS DE ATUAÇÃO DA POLÍTICA DE RSC

### Grupo de interesse **FUNCIONÁRIOS**

#### Compromissos

- a) Consolidar uma cultura de respeito às pessoas e comportamentos favoráveis e abertos à diversidade perante qualquer um dos grupos de interesse da empresa.
- b) Garantir o direito à igualdade real de oportunidades e de tratamento para todos os trabalhadores, sem exceção, permitindo-lhes desenvolver-se no âmbito pessoal e profissional.
- c) Evitar qualquer tipo de discriminação profissional nos âmbitos do acesso ao emprego, promoção, classificação profissional, formação, remuneração, conciliação da vida profissional e familiar e pessoal e demais condições profissionais.
- d) Contribuir para manter ambientes profissionais livres de assédio e comportamentos violentos ou ofensivos para com os direitos e a dignidade das pessoas, e garantir a existência dos procedimentos adequados para tratar e corrigir qualquer problema desse tipo, se houver.
- e) Alcançar um nível ideal quanto à segurança no trabalho, e obter um ambiente que permita que os profissionais da MAPFRE realizem seu trabalho nas melhores condições físicas, psíquicas e de bem-estar.
- f) Promover o estabelecimento de condições de remuneração que garantam um salário digno, reconhecendo o desempenho e a contribuição dos funcionários nos resultados da empresa.
- g) Oferecer aos funcionários a oportunidade de canalizar e desenvolver seu lado mais solidário através do Voluntariado Corporativo, em conformidade com o Plano Geral de Voluntariado da MAPFRE

### Grupo de interesse **CLIENTES e SEGURADOS**

#### Compromissos

- a) Proporcionar uma assessoria honesta e informações completas sobre as características e qualidades dos produtos e serviços da MAPFRE, antes de sua contratação.
- b) Prestar um serviço acessível e de qualidade no prazo acordado, realizando um acompanhamento da experiência do cliente por meio de pesquisas que meçam sua satisfação e por outros meios e sistemas que permitam ouvir o cliente ativa e permanentemente em todos os processos e operações nos quais ele se relaciona com a empresa.
- c) Manter a devida confidencialidade no tratamento dos seus dados.
- d) Gerenciar e resolver suas queixas no menor prazo possível.
- e) Manter canais de comunicação adequados e eficientes utilizando, para isso, os meios que melhor se adaptem.
- f) Inovar permanentemente em produtos e serviços de valor agregado, facilitando e estimulando o acesso do maior número de grupos ao seguro.
- g) Respeitar e cumprir as normas que regulamentam as atividades de comunicação e marketing, e assumir os códigos voluntários que dão transparência e veracidade a tais ações.

PRINCIPIO 4

PRINCIPIO 5

## PRINCÍPIOS ESPECÍFICOS DE ATUAÇÃO DA POLÍTICA DE RSC

### Grupo de interesse Fornecedores

#### Compromissos

- a) Além de colocar o foco na eficiência e na qualidade dos produtos e/ou serviços que os fornecedores da MAPFRE prestam, adotar práticas responsáveis que gerem valor mútuo.
- b) Procurar que a cadeia de valor cumpra os princípios e valores da MAPFRE, o Código Ético e de Conduta e os princípios estabelecidos nesta política
- c) Garantir que tanto a Norma Corporativa de Compras como as Diretrizes Gerais do Modelo e as Políticas de gestão de fornecedores de serviços sejam cumpridas.

### Grupo de interesse Acionistas

#### Compromissos

Promover a participação informada dos acionistas nas assembleias gerais, proporcionando um tratamento semelhante a todos eles.

### Grupo de interesse DISTRIBUIDORES/MEDIADORES

#### Compromissos

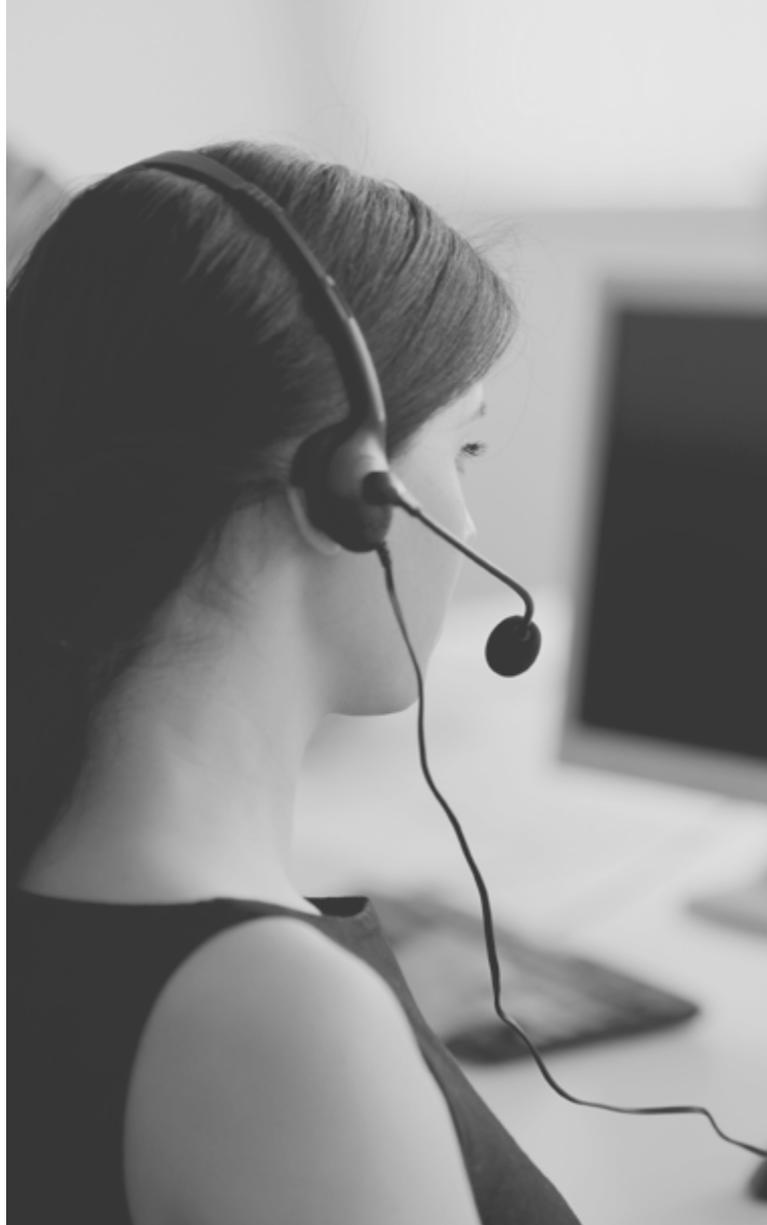
- a) Manter um diálogo permanente através das estruturas comerciais e plataformas específicas criadas para tal fim.
- b) Procurar processos de seleção e remuneração que permitam avaliar as habilidades e competências profissionais, bem como outros aspectos de interesse para garantir a qualidade do serviço que prestam.
- c) Implementar um modelo de formação adaptado às necessidades de cada distribuidor, prestando especial atenção na capacitação orientada ao cumprimento da estratégia e dos valores da MAPFRE e da Política de RSC

### Grupo de interesse SOCIEDADE

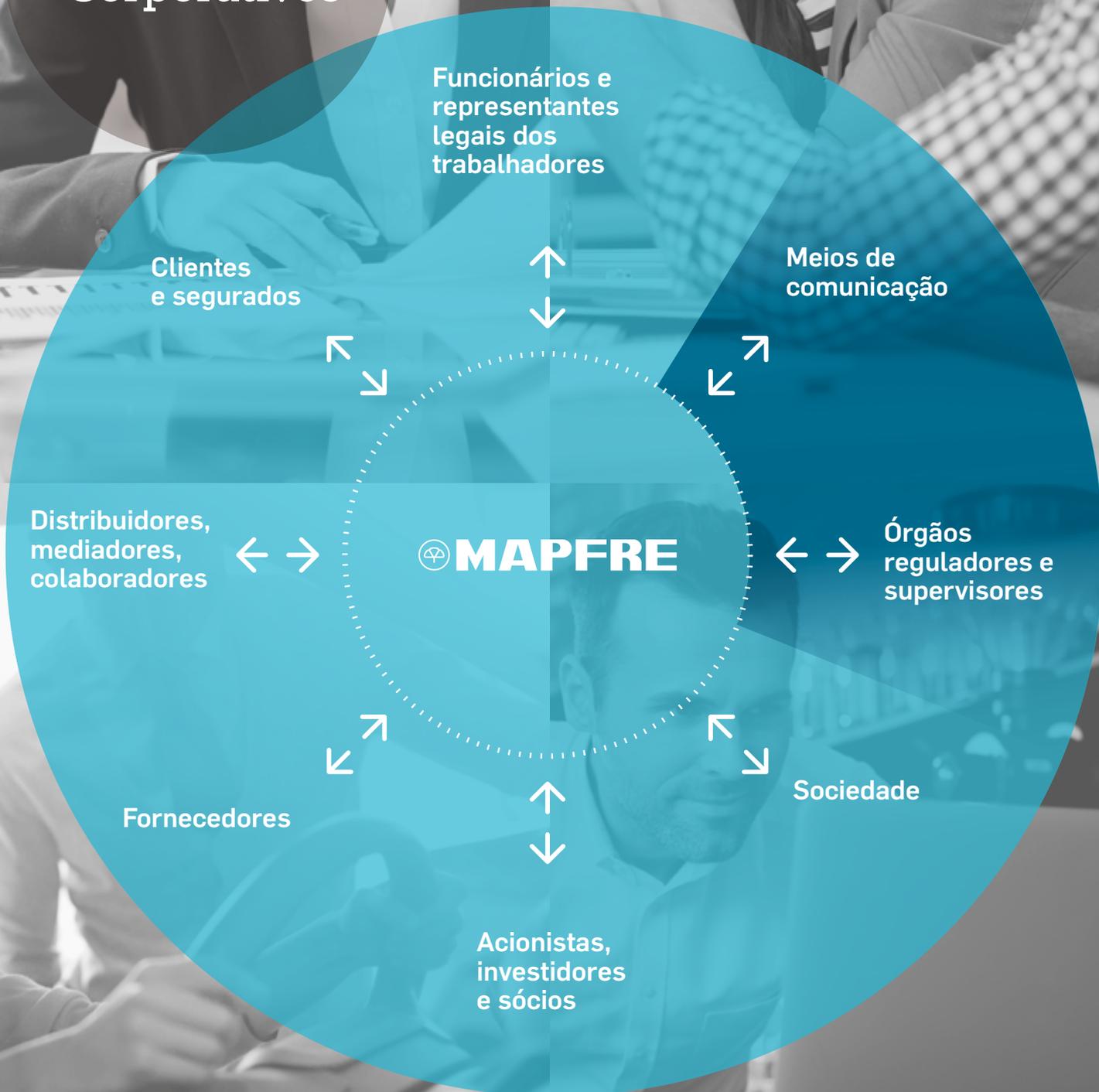
#### Compromissos

- a) Assumir o impacto que sua atividade gera na sociedade, avaliando e gerenciando os riscos não financeiros, éticos, de governança, de reputação, sociais e ambientais e aqueles relacionados com os Direitos Humanos.
- b) Comprometer-se com aquelas iniciativas ou atividades sociais que sejam benéficas à sociedade. A MAPFRE considera que seus âmbitos de ação social prioritária são: a deficiência, a prevenção de acidentes e a segurança viária, o incentivo da cultura seguradora, a promoção da saúde, o meio ambiente e o voluntariado corporativo.  
  
Trabalhar em estreita colaboração com a Fundación MAPFRE, que desenvolve as suas atividades em conformidade com o estabelecido pelo seu Patronato e seus estatutos sociais
- c) Considerar que também a partir da linha de patrocínios que promove, de acordo com o Manual Corporativo de Patrocínios, contribui para o desenvolvimento de atividades benéficas à sociedade

Levando-se em consideração a presença da MAPFRE no mundo e os grupos de interesse definidos na missão, foram identificados oito tipos de grupos de interesse (stakeholders) corporativos, como referência para desenvolver os mapas locais.



# Stakeholders Corporativos



### 3.3.1. Canais de relacionamento

A MAPFRE conta com diferentes canais de comunicação que permitem o diálogo permanente com seus grupos de interesse. A seguir são mostrados os principais.

#### Acionistas, Investidores e Sócios

Serviço telefônico ao acionista; informações específicas na Internet: "Acionistas e Investidores"; Assembleia Geral de Acionistas; boletins semestrais de atividades; e-mails; reuniões presenciais

#### Segurados e Clientes

Agências físicas; call center; portal MAPFRE e Agência MAPFRE Internet; pesquisas de satisfação; newsletters; queixas e reclamações; remessas postais; redes sociais; publicidade; patrocínios. Estudo corporativo de Materialidade. Aplicativos móveis. Whatsapp

#### Funcionários e Representantes Legais dos trabalhadores

Intranet / portal interno / e-mail; newsletters; pesquisas de clima no trabalho (GPTW); caixa de sugestões, blogs, fóruns; reuniões de objetivos; revistas: O Mundo da MAPFRE. Estudo corporativo de Materialidade  
Reuniões periódicas, Comitês, caixas

## Distribuidores

Página da MAPFRE; newsletters específicos; planos de formação; plataforma online para mediadores; cartazes: folhetos comerciais, cartazes de campanhas; revistas especializadas; programas de formação e capacitação; reuniões comerciais com os canais de venda; redes sociais. Estudo corporativo de Materialidade. Canal Direto de Rede de Agências. Site para Mediadores

## Fornecedores

Plataformas online; portais específicos; plataformas telefônicas próprias e combinadas; boletins e revistas específicas; grupos de trabalho; redes sociais; reuniões e convenções; pesquisas internas. Estudo corporativo de Materialidade

## Sociedad

Página Corporativa da MAPFRE; relatórios de Responsabilidade Social; endereços de e-mail: [responsabilidadsocial@mapfre.com](mailto:responsabilidadsocial@mapfre.com); [medioambiente@mapfre.com](mailto:medioambiente@mapfre.com); redes sociais; revista Mundo MAPFRE. Página Corporativa da Fundación MAPFRE

## Órgãos reguladores e supervisores

Diretamente ou por meio de Associações empresariais, locais e Internacionais

## Meios de Comunicação

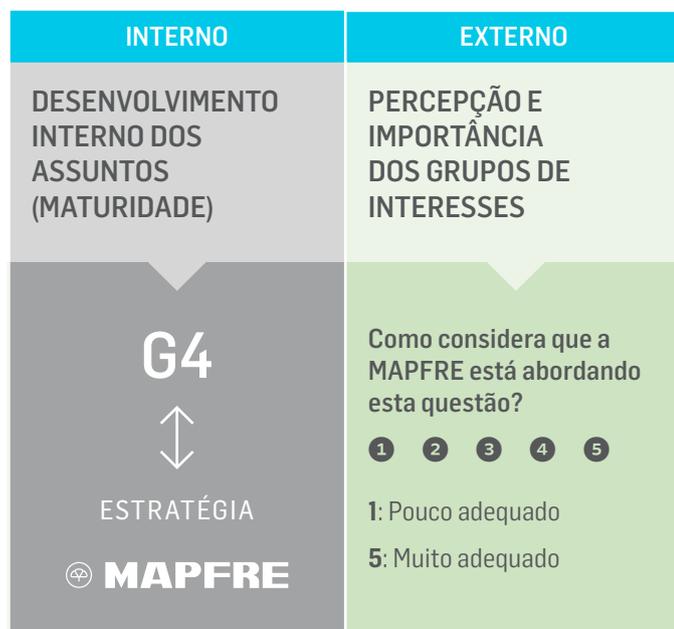
Contato direto com meios de comunicação  
Sala de imprensa online  
Perfis específicos em redes sociais

### 3.3.2. Materialidade 2015-2016

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

Em 2015, com o objetivo de identificar áreas de melhoria, revisou-se a análise de materialidade, com três novidades importantes:

1. Incluiu-se a variável de maturidade durante a fase inicial da análise interna, ou seja, conectou-se a análise dos 29 temas analisados no estudo deste ano com o grau de vinculação e desenvolvimento no plano estratégico da área correspondente e o Plano estratégico da MAPFRE. Dessa forma, conseguiu-se obter uma pontuação que reflete o nível de "maturidade" que cada tema tem na companhia.
2. Incorporou-se a variável percepção na consulta aos grupos de interesse que foram escolhidos para participar do estudo.
3. Foram incluídas modificações na apresentação dos resultados. Esta seção apresenta os principais dados do estudo. Para maiores detalhes, aconselha-se consultar a página web corporativa [www.mapfre.com](http://www.mapfre.com).



### FASES DO ESTUDO DA MATERIALIDADE

[G4-26]

O estudo da materialidade começou em 2014 desenvolvendo uma metodologia interna. Em 2015 foi mantido e atualizado, tomando como referência a estrutura do guia de elaboração de memórias da Global Reporting Initiative (GRI) e também a estrutura do International Integrated Reporting Council (IIRC).

Para a realização do estudo 2015, foram seguidas três fases:

#### FASE 1: Diálogo e análise com os grupos de interesse internos

Foram tomados como base os 124 indicadores de GRI G4 (e os indicadores do complemento financeiro aplicáveis). Estes indicadores foram submetidos de novo à análise e revisão pelas principais áreas com as quais se colaborou: Recursos Humanos, Fornecedores, Meio Ambiente, Clientes, Governança Corporativa, Cumprimento Normativo e Responsabilidade Social, tanto a nível corporativo como nos cinco países que participaram (Brasil, Colômbia, Espanha, México e Porto Rico).

No processo de diálogo e análise, conforme indicado anteriormente, incorporou-se a variável de maturidade, solicitando às áreas a relação dos indicadores GRI com as suas linhas e planos estratégicos para os próximos anos, assim como o desenvolvimento atual de cada uma delas.

Com os resultados da avaliação interna, a Diretoria de Responsabilidade Social Corporativa agrupou os 124 indicadores GRI nos 29 temas para desenvolver a fase seguinte.

#### FASE 2: Consulta aos grupos de interesse

Conhecer a avaliação dos grupos de interesse nos 29 temas é o processo mais complexo do estudo, uma vez que também se incorporou a variável percepção, para conhecer como a MAPFRE está abordando cada um dos temas consultados, da perspectiva dos funcionários, clientes e distribuidores na Espanha, Brasil, Colômbia, México e Porto Rico.

O processo de consulta externa foi realizado pela CBI Consulting, através da metodologia de questionário online; a sua participação garante o anonimato e a confidencialidade das respostas.

Somente a consulta externa a clientes da MAPFRE na Espanha foi realizada pela empresa de consultoria IZO, utilizando o método de pesquisa telefônica.

Tanto os resultados da consulta obtida pela CBI como pela IZO foram adicionados à matriz de resultados, base utilizada para identificar a materialidade e relevância dos temas.

#### PRINCIPAIS DADOS DE PARTICIPAÇÃO:

Em 2015, trabalhou-se para melhorar os dados de participação dos grupos de interesse. Tendo em vista os resultados que figuravam na tabela de participação, pode-se afirmar que esse objetivo foi cumprido.



GRUPO DE INTERESSE	PARTICIPAÇÃO DE USUÁRIOS	
	2015	2014
Funcionários	10.247	1.739
Clientes	8.477	1.753
Fornecedores	3.195	653
Distribuidores	5.135	n.a.

Em 2016, continuaremos seguindo essa linha de trabalho para aumentar a participação.

### Fase 3. Apresentação de resultados

A seguir, serão apresentados os principais dados corporativos do estudo. De um lado, está a matriz completa, com todas as avaliações realizadas dos 29 temas; de outro lado, a classificação dos temas materiais e relevantes; e, por último, a percepção dos grupos de interesse que tiveram participação sobre como a MAPFRE está abordando os temas materiais.

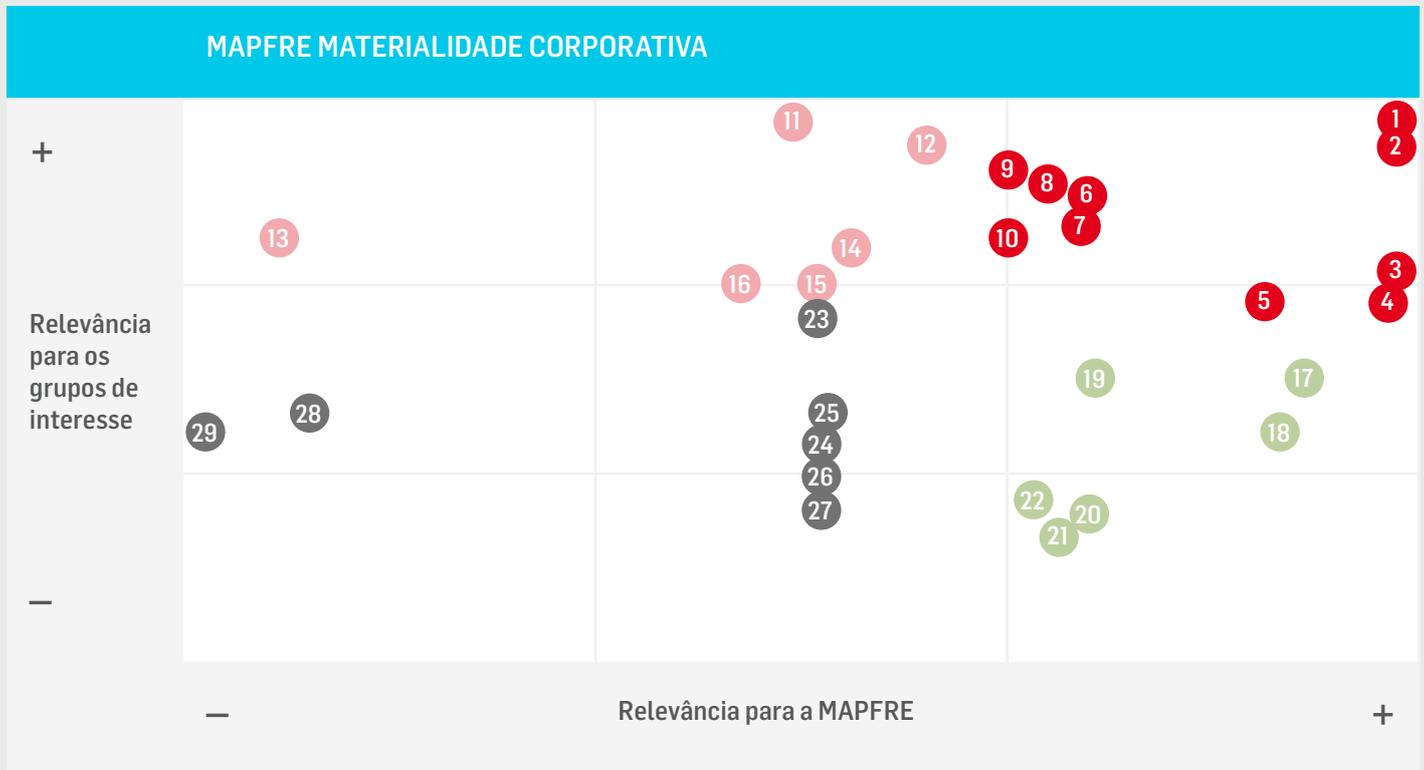
De forma geral, as avaliações dos temas apresentados foram altas. Foram considerados quatro níveis de impacto:

– **TEMA MATERIAL:** aqueles nos quais existem coincidências no alto nível de avaliação e consideração dos temas tanto para a MAPFRE como para os grupos de interesse consultados.

– **RELEVÂNCIA EXTERNA:** foram considerados somente aqueles temas que obtiveram uma avaliação alta pelos grupos de interesse, mas não para a empresa.

– **RELEVÂNCIA INTERNA:** foram considerados somente aqueles temas que obtiveram uma avaliação alta para a MAPFRE, mas não para os grupos de interesse.

– **NÃO MATERIAL:** aqueles temas que obtiveram as avaliações mais baixas tanto pela empresa como pelos grupos de interesse.



**TOP 10 MATERIAIS**

(Funcionários, clientes, fornecedores e distribuidores das áreas corporativas e do Brasil, Colômbia, Espanha, México, Porto Rico) – Localização da informação

- 1** Garantir a privacidade dos dados dos clientes  
 – A MAPFRE e seus Clientes
- 2** Conhecer a satisfação dos clientes  
 – A MAPFRE e seus Clientes
- 3** Gerar benefícios econômicos sustentáveis  
 – Relatório de Contas Anuais 2015
- 4** Contar com produtos e serviços concebidos para gerar um benefício social  
 – A MAPFRE e seus Clientes
- 5** Garantir a transparência e a correta gestão na estrutura dos órgãos de governo  
 – Relatório de Governança Corporativa 2015  
 – A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa
- 6** Promover a diversidade, igualdade e a não discriminação dentro da empresa  
 – A MAPFRE e seus Funcionários
- 7** Promover medidas de Prevenção de Riscos no Trabalho (PRL) e saúde na empresa  
 – A MAPFRE e seus Funcionários
- 8** Garantir a estabilidade e a segurança no emprego  
 – A MAPFRE e seus Funcionários – A MAPFRE e a Sociedade
- 9** Garantir a formação e capacitação dos funcionários  
 – A MAPFRE e seus Funcionários  
 – A MAPFRE e a Sociedade
- 10** Contar com códigos éticos e mecanismos de denúncia  
 – Relatório de Governança Corporativa 2015  
 – A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa

## RELEVÂNCIA EXTERNA – GRUPOS DE INTERESSE

Funcionários, Clientes, Fornecedores e Distribuidores

– Localização da informação

- 11 Lutar contra a corrupção, a lavagem de dinheiro e a fraude
  - A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa
- 12 Respeitar e proteger os Direitos Humanos fundamentais
  - A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa
  - A MAPFRE e a Sociedade
- 13 Controlar as deposições de resíduos ao meio ambiente
  - Dimensión Medioambiental de MAPFRE
- 14 Reduzir as emissões ao meio ambiente
  - Dimensión Medioambiental de MAPFRE
- 15 Facilitar informação e etiquetagem dos produtos e serviços
  - A MAPFRE e seus Clientes
- 16 Contar com mecanismos formais de queixa que garantam o cumprimento normativo
  - A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa
  - A MAPFRE e seus Clientes

## RELEVÂNCIA INTERNA – MAPFRE

MAPFRE no Brasil, Colômbia, Espanha, México e Porto Rico

– Localização da informação

- 17 Contar com políticas e procedimentos para avaliar os riscos sociais e ambientais
  - Relatório de Governança Corporativa 2015
  - A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa
- 18 Contar com processos de auditoria social e ambiental
  - A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa
- 19 Apostar em diretores procedentes da comunidade local na qual a empresa opera
  - A MAPFRE e seus Funcionários
- 20 Realizar avaliações ambientais aos fornecedores
  - A MAPFRE e seus Fornecedores
- 21 Conhecer os impactos sociais e ambientais sobre os produtos e serviços
  - A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa
  - A MAPFRE e seus Clientes
- 22 Contar com políticas e procedimentos sobre a remuneração dos órgãos de governo
  - Relatório de Governança Corporativa 2015
  - Relatório de Remunerações do Conselho

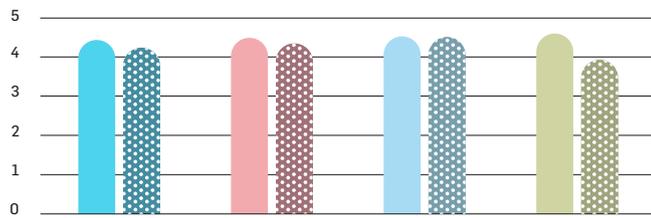
## NÃO MATERIAIS

- 23 Contratar serviços com fornecedores locais
- 24 Submeter os fornecedores a avaliações em matéria de Direitos Humanos
- 25 Submeter os fornecedores a avaliação de medidas trabalhistas
- 26 Realizar avaliações de impacto nas regiões locais nas quais a empresa opera
- 27 Submeter os fornecedores a avaliação de impactos social
- 28 Possuir investimentos, controlar despesas e solucionar reclamações significantes de caráter ambiental
- 29 Controlar os impactos na biodiversidade

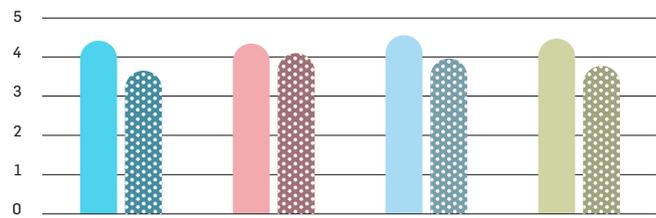
## F3.2. PERCEÇÃO SOBRE ASSUNTOS MATERIAIS

### Valorações realizadas para os grupos de interesse

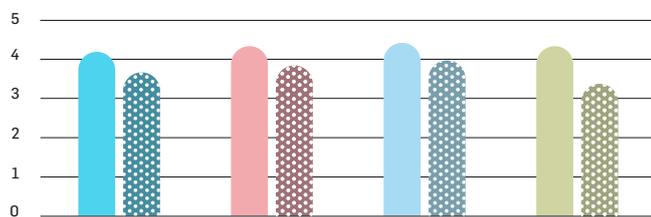
1. Garantir a privacidade dos dados dos clientes



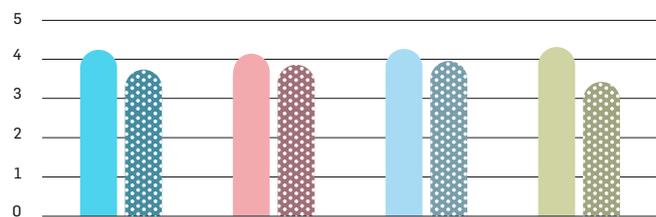
2. Identificar o grau de satisfação dos clientes



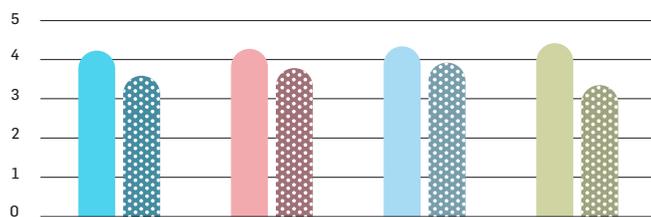
3. Gerar benefícios econômicos sustentáveis



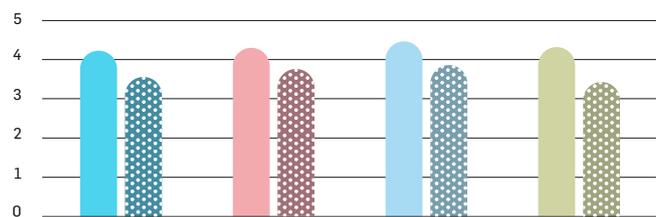
4. Contar com produtos e serviços desenhados para gerar um benefício sustentável



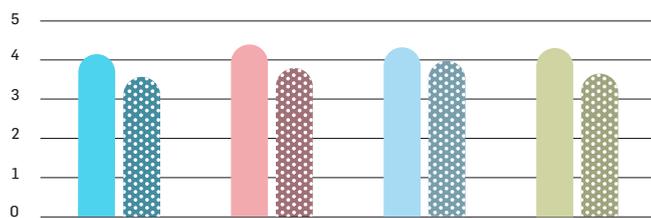
5. Assegurar a transparência e uma gestão adequada da estrutura de órgãos do governo



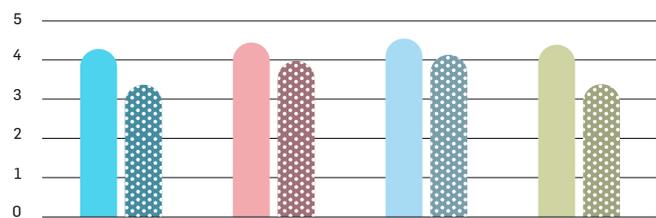
6. Divulgar a diversidade, a igualdade e a não-discriminação dentro da empresa



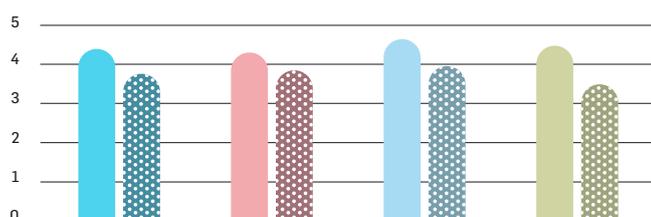
7. Divulgar as medidas Prevenção de Riscos Laborais da MAPFRE (PRL) e saúde na empresa



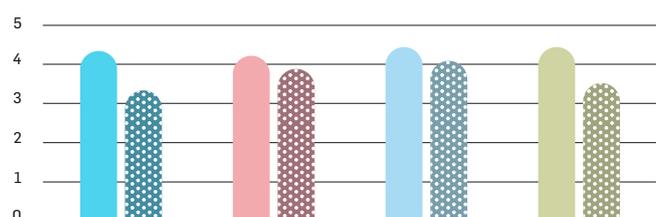
8. Garantir a estabilidade e segurança do trabalho



9. Garantir a formação e da capacitação dos colaboradores



10. Ter códigos de ética e mecanismos de denúncia



IMPORTÂNCIA:  
PERCEÇÃO:

Distribuidores

Provedores

Funcionários

Clientes

### 3.4. COMPROMISSO COM O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: INICIATIVAS INTERNACIONAIS E LOCAIS

**[G4-15; HR5-HR7, HR9, HR10; S03-S05]**

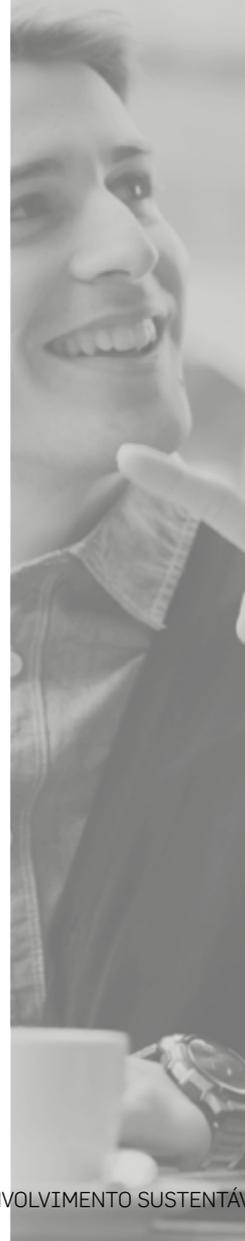
A MAPFRE está comprometida com o desenvolvimento sustentável, um compromisso que desenvolve através de sua responsabilidade social corporativa, o que lhe permite conciliar o interesse social da empresa com os legítimos interesses dos diferentes grupos de interesse (stakeholders) que possam ver-se afetados, bem como assumir o impacto das atividades da empresa na comunidade em seu conjunto e no meio ambiente.

Além disso, este compromisso é reafirmado publicamente com a adesão da MAPFRE a iniciativas internacionais e iniciativas locais, de referência neste âmbito:

#### Compromissos com iniciativas internacionais

Desde 2004, a MAPFRE faz parte do Global Compact das Nações Unidas, reafirmando, a cada ano, seu compromisso com essa iniciativa. Um compromisso que representa a integração na gestão de seus dez princípios de atuação, relacionados com os Direitos Humanos, reconhecidos na Carta Internacional de Direitos Humanos, direitos trabalhistas, meio ambiente e luta contra a corrupção.

A tabela seguinte mostra a relação de indicadores GRI G4 sobre os quais se reporta informação e sua correlação com os princípios do Pacto Mundial.



**DIREITOS HUMANOS**

1. Apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos fundamentais, reconhecidos internacionalmente, dentro do seu âmbito de influência.

**Desempenho social**

- Investimento: G4-HR1, G4-HR2
  - Não discriminação: G4-HR3
  - Avaliação de fornecedores no quesito direitos humanos: G4-HR10, G4-HR11
  - Liberdade de associação e negociação coletiva: G4-HR4
  - Trabalho infantil: G4-HR5
  - Trabalhos forçados: G4-HR6
  - Medidas de segurança: G4-HR7
  - Direitos da população indígena: G4-HR8
- Desempenho económico: G4-EC5**

- Relações entre os trabalhadores e a diretoria: G4-LA4
- Saúde e segurança no trabalho: G4-LA5- G4-LA8
- Diversidade e igualdade de oportunidades: G4-LA12
- Igualdade de remuneração entre mulheres e homens: G4-LA13
- Saúde e segurança do cliente: G4- PR1, G4-PR2
- Privacidade do cliente: G4-PR8

2. Evitar a cumplicidade na violação dos direitos humanos.

**Desempenho social**

- Investimento: G4-HR1, G4-HR2
- Não discriminação: G4-HR3
- Avaliação de fornecedores no quesito direitos humanos: G4-HR10, G4-HR11
- Liberdade de associação e negociação coletiva: G4-HR4
- Trabalho infantil: G4-HR5

- Trabalhos forçados: G4-HR6
- Medidas de segurança: G4-HR7
- Direitos da população indígena: G4-HR8
- Avaliação: G4-HR9
- Mecanismos de reclamação no quesito Direitos Humanos: G4-HR12

**DIREITOS TRABALHISTAS**

3. Apoiar e respeitar a liberdade associação e filiação e o reconhecimento efetivo à negociação coletiva

**Desempenho social**

- Investimento: G4-HR1, G4-HR2
- Trabalhos forçados: G4-HR6

- Avaliação de fornecedores no quesito direitos humanos: G4-HR10, G4-HR11

4. Eliminar toda forma de trabalho forzoso o realizado bajo coacción.

**Desempenho social**

- Inversión: G4-HR1, G4-HR2
- Trabajos forzados: G4-HR6

- Avaliação de fornecedores no quesito direitos humanos: G4-HR10, G4-HR11

5. Erradicar o trabalho infantil

**Desempenho social**

- Investimento: G4-HR1, G4-HR2
- Liberdade de associação e negociação coletiva: G4-HR4

- Trabalho infantil: G4-HR5
- Avaliação de fornecedores no quesito direitos humanos: G4-HR10, G4-HR11

PRINCÍPIOS DO PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI G4	
6. Eliminar a discriminação em relação ao emprego e à ocupação.	<b>Desempenho social</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Emprego: G4-LA1, G4-LA2</li> <li>– Diversidade e igualdade de oportunidades: G4-LA12</li> </ul> <b>Desempenho económico: G4-EC6</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Investimento: HR1, G4-HR2</li> <li>– Não discriminação: G4-HR3</li> </ul>
<b>MEIO AMBIENTE</b>		
7. Aplicar abordagens orientadas para o desafio da proteção do meio ambiente.	<b>Desempenho económico: G4-EC2</b>	<b>Desempenho medioambiental</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Emissões, descargas e resíduos: G4-EN19</li> <li>– Produtos e serviços: G4-EN27, G4-EN28</li> <li>– Geral: G4-EN31,</li> </ul>
8. Incentivar uma maior responsabilidade ambiental.	<b>Desempenho medioambiental</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Materiais: G4-EN1, G4-EN2</li> <li>– Energia: G4-EN3 - G4-EN7</li> <li>– Água: G4-EN8 - G4-EN10</li> <li>– Biodiversidade: G4-EN11 - G4-EN14</li> <li>– Emissões: G4-EN15 - G4-EN21</li> <li>– Efluentes e resíduos: G4-EN22 - G4-EN24</li> </ul> <b>Desempenho social</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Etiquetado de productos y servicios: G4-PR3, G4-PR4</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Produtos e serviços: G4-EN27, G4-EN28</li> <li>– Cumprimento de normas: G4-EN29</li> <li>– Transporte: G4-EN30</li> <li>– Geral: G4-EN31</li> </ul>
9. Facilitar o desenvolvimento e a divulgação de meios tecnológicos que respeitam o meio ambiente	<b>Desempenho medioambiental</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Materiais: G4-EN2</li> <li>– Energia: G4-EN5 - G4-EN7</li> <li>– Água: G4-EN10</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Emissões, descargas e resíduos: G4-EN19</li> <li>– Produtos e serviços: G4-EN27, G4-EN28</li> <li>– Geral: G4-EN31</li> </ul>
<b>ANTICORRUPÇÃO</b>		
10. Luta contra a corrupção em todas as suas formas, incluindo extorsão e suborno.	<b>Desempenho social</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Luta contra a corrupção: G4-SO3 - G4-SO5</li> <li>– Comunidades locais: G4-SO2 - G4- G4-SO4</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Política Pública: G4-SO5 - G4-SO6</li> </ul>

As áreas de ação sobre as quais se integram os dez princípios fazem parte da nova Política de RSC da MAPFRE.

Por outro lado, em 2015, a MAPFRE voltou a receber a qualificação máxima da Global Compact em seu relatório de progresso, declarando seu "nível Advanced", que pode ser consultado na página oficial da Global Compact, [www.globalcompact.org](http://www.globalcompact.org)

Além disso, o compromisso da MAPFRE com a Global Compact nos permitiu trabalhar, ao longo destes últimos anos, com a Rede Espanhola do Pacto Mundial na iniciativa Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), promovida também pelas Nações Unidas e recentemente substituída pelos novos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável 2030 (ODS), aprovados em 2015.

Para dar continuidade à prática utilizada em relatórios anteriores e comunicar a contribuição da MAPFRE para esses objetivos, em 2016, trabalharemos para identificar os objetivos ODS para os quais a empresa possa contribuir de forma ativa, compartilhando os dados no próximo relatório.

Desde 2003, a MAPFRE pertence à Iniciativa Financeira do programa ambiental das Nações Unidas (UNEPFI), que desenvolve e promove vínculos entre o meio ambiente, a sustentabilidade e o desempenho financeiro, identificando e promovendo a adoção das melhores práticas ambientais e de sustentabilidade em todos os níveis das operações da instituição financeira.

Esta Iniciativa, impulsionou os Princípios para a Sustentabilidade em Seguros (PSI), que a MAPFRE assinou em 2012, comprometendo-se a trabalhar em quatro princípios, específicos para a indústria seguradora, orientados para incorporar na gestão do negócio, como risco e como oportunidade, aspectos ambientais como a mudança climática, os danos à biodiversidade e a degradação do ecossistema, a gestão da água e a poluição; aspectos sociais relacionados com a inclusão financeira, os direitos humanos, os riscos para a saúde derivados do desenvolvimento e o envelhecimento da população; e aspectos relacionados com a governança corporativa, cumprimento da regulação, gestão ética, conflitos de interesses e transparência. Estes são os denominados fatores ESG (em sua sigla em inglês).

A seguinte tabela mostra os Princípios para a Sustentabilidade em Seguros e como a MAPFRE trabalha na sua integração no negócio e os indicadores GRI G4 associados aos princípios referidos:



**1** Integrar no processo de tomada de decisões as questões ambientais, sociais e de governo (questões ASG) pertinentes à actividade de seguros.

## **Carta do Presidente**

### **MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa**

- Nova Política de RSC
- O modelo de criação de valor sustentável
- A relação com os grupos de interesse: materialidade
- Compromissos com o desenvolvimento sustentável:
  - Internacionais:**
    - Pacto Mundial das Nações Unidas – ODS
    - UNEFI – PSI
    - Adesão à Declaração do Sector Seguros da ONU;
    - Assinatura do compromisso “Paris Pledge por Action (COP21).
    - Signatário dos programas de Carbon Disclosure Program; Water Disclosure e Carbon Action
  - Locais:**
    - Integração no Grupo Español de Crecimiento Verde; Assinatura da Declaração de Barcelona; Assinatura do Pacto pela Biodiversidade; Adesão à Iniciativa “Um milhão de compromissos pelo clima”.
- Fatores e riscos ambientais, sociais e de governo (ASG)
- Medidas de prevenção e cumprimento.

### **Dimensão Social da MAPFRE**

- MAPFRE e seus funcionários: política de trabalho; diversidade, inclusão e igualdade de oportunidades; gestão do talento; política de compensações e de reconhecimento; bem-estar e conciliação; clima organizações e reputação interna; comunicação interna; representação legal dos trabalhadores, voluntariado corporativo
- MAPFRE e seus clientes: inovação; canais de comunicação; qualidade; reclamações e queixas
- MAPFRE e seus distribuidores: seleção e formação
- MAPFRE e seus provedores: relação; com provedores e sistemas de apoio, critérios de seleção; e de relação; homologação; fidelização; e avaliação; da qualidade do serviço; formação;
- MAPFRE e seus acionistas: FTSE4good e FTSE4Good Ibex e Carbon Disclosure Project (CDP)

### **Dimensão meio ambiental da MAPFRE:**

- Compromisso da MAPFRE com o Meio Ambiente e a Sustentabilidade.
- Sistema Integrado de Gestão Ambiental, Energética e da Pegada de Carbono.
- Estratégia da MAPFRE para a Mitigação e Adaptação à Mudança Climática.
- Preservação da Biodiversidade.

**Informação complementar: Índice do conteúdo GRI G4**

## PRINCÍPIOS PARA A SUSTENTABILIDADE EM SEGUROS

## LOCALIZAÇÃO NO RELATÓRIO ANUAL DE RS DA MAPFRE 2015

**2 Colaborar com os clientes e sócios comerciais** para conscientizar sobre as questões ambientais, sociais e de governo, administrar o risco e desenvolver soluções

### MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa

– Fatores e riscos ambientais, sociais e de governo (ASG): A importância de converter os riscos em oportunidades de negócio

### Dimensão Social de MAPFRE

– MAPFRE e seus clientes: inovação; canais de comunicação; qualidade;  
– MAPFRE e seus distribuidores: seleção e formação  
– MAPFRE e seus provedores: relação com provedores e sistemas de apoio, critérios de seleção e de relação; homologação; fidelização e avaliação da qualidade do serviço; formação

### Dimensão meio ambiental da MAPFRE

– Compromisso da MAPFRE com o Meio Ambiente e a Sustentabilidade.  
– Atuações realizadas 2015: Cálculo e informe da pegada de carbono de produtos e serviços para companhias carteira da Mapfre, redução de requisitos energéticos em produtos e serviços, avaliação do impacto ambiental da organização por clientes.  
– Mudança Climática: Iniciativas com Provedores, Produtos e Serviços.

### Informação complementar: Índice de conteúdo GRI G4

**3 Colaborar com os governos, os reguladores e outros grupos de interesse fundamentais**, com o fim de promover uma ação ampla em toda a sociedade sobre os temas ambientais, sociais e de governo

### MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa

– Compromissos com o desenvolvimento sustentável:

#### Internacionais:

- Pacto Mundial de Naciones Unidas – ODS
- UNEFI – PSI
- Adesão à Declaração do Setor Seguros da ONU;
- Assinatura do compromisso “Paris Pledge por Action (COP21).
- Signatário dos programas de Carbon Disclosure Program; Water Disclosure y Carbon Action

#### Locais

- Integração no Grupo Español de Crescimento Verde; Firma da Declaração de Barcelona; Firma do Pacto pela Biodiversidade; Adesão à Iniciativa “Um milhão de compromissos pelo clima”.

### Dimensão meio ambiental da Mapfre

– Compromisso da MAPFRE com o Meio Ambiente e a Sustentabilidade  
– Sistema Integrado de Gestão Ambiental, Energética e da Pegada de Carbono.  
– Cultura Meio ambiental.

### Informação complementar: Índice do conteúdo GRI G4

**4 Render contas e mostrar transparência**, divulgando de maneira pública e periódica os avanços na aplicação do Princípios.

### Relatório Anual de Responsabilidade Social da MAPFRE 2015

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

Anualmente, são relatados os avanços realizados para integrar esses princípios ao negócio, sendo que esse relatório pode ser consultado na página oficial da PSI ([www.unepfi.org/psi](http://www.unepfi.org/psi)) e na própria página da MAPFRE.

Por outro lado, em 2015 e dentro do quadro de PSI, a MAPFRE aderiu ao compromisso geral do setor segurador de apoio à Redução do Risco de Desastres das Nações Unidas (United for disaster resilience) e explicitou seus compromissos individuais destinados a ajudar na construção de mecanismos de sobrevivência diante de desastres e a promover a sustentabilidade social, econômica e ambiental.

Durante a Conferência do Clima de Paris (COP 21), organizações, empresas, regiões, cidades e investidores foram convidados a aderir ao compromisso "Paris Pledge for Action", a fim de tomar medidas de forma imediata, sem esperar que o acordo de Paris entre em vigor em 2020, e construir mecanismos de sobrevivência (resiliência) diante das consequências das mudanças climáticas que já estão ocorrendo.

A MAPFRE firmou esta iniciativa internacional e, dentre outros aspectos, ratifica seu compromisso para conseguir um clima seguro e estável no qual o aumento de temperatura fique abaixo dos 2°C e se compromete a tomar medidas de forma imediata para reduzir suas emissões de gases de efeito estufa até um nível seguro.

Por outro lado, a MAPFRE é signatária dos Programas Carbon Disclosure, Water Disclosure e Carbon Action, pertencentes à Iniciativa Climate Disclosure Project (CDP). Além disso, em 2015, a empresa foi incluída na A-List Global em âmbito mundial, por ter obtido a qualificação máxima (A) quanto ao desempenho na mitigação e na adaptação às mudanças climáticas.

## Compromisso com iniciativas locais

Estes tipos de iniciativas permitem desenvolver os compromissos internacionais e adaptar-se também às preocupações locais relacionadas com o desenvolvimento sustentável. Durante este exercício, na Espanha, as seguintes iniciativas foram acordadas:

- Adesão ao Grupo Espanhol de crescimento verde, iniciativa do Ministério da Agricultura, Alimentação e Meio Ambiente para discutir políticas de economia verde e diminuição do carbono e combater as mudanças climáticas.
- Assinatura da Declaração de Barcelona para incentivar a mudança de modelo para uma economia baixa em carbono e um desenvolvimento sustentável, comprometendo-se a transferir à sociedade e às Administrações Públicas sua visão sobre o modelo de crescimento econômico compatível com o uso eficiente dos recursos ambientais.
- Adesão à iniciativa "Un Millón de Compromisos por el Clima", promovida pelo ECODES e o Ministério de Agricultura, Alimentação e Meio Ambiente, através da qual a MAPFRE difunde seu compromisso de reduzir em 20 por 100 suas emissões de gases de efeito estufa até 2020.
- Adesão à iniciativa "100 Empresas por los Bosques", que pretende contribuir com a restauração do Parque Nacional de Doñana (Espanha), através da recuperação da biodiversidade e da criação de um corredor verde para evitar o isolamento de espécies como o lince-ibérico. A MAPFRE apoiou o reflorestamento de um hectare deste espaço protegido.
- Assinatura do Pacto pela Biodiversidade, Iniciativa espanhola Empresa y Biodiversidad, realizada pelo Ministério da Agricultura, Alimentação e Meio Ambiente através da Fundación Biodiversidad. Trata-se de uma iniciativa pela qual se mostra o compromisso com a conservação e o uso sustentável da biodiversidade e se reconhece que sua preservação é de interesse comum para a humanidade devido à sua importância para a vida no planeta, o bem-estar social e o desenvolvimento econômico.

### 3.5. FATORES E RISCOS AMBIENTAIS, SOCIAIS E DE GOVERNANÇA (ASG)

[G4-2, 14, 16, 45,47; EC-2; FS5, FS9]

A MAPFRE assume o impacto que a sua atividade mercantil gera no meio e na sociedade. O seu modelo de atuação em responsabilidade social e a sua política na matéria facilitam a integração no negócio dos aspectos ambientais, sociais e de governança (chamados aspectos ASG).

Durante os últimos anos, o setor de seguros precisou enfrentar as consequências financeiras e de reputação dos riscos que surgiram.

A MAPFRE é consciente de que um seguimento adequado dos aspectos ASG permite à organização obter informação adicional sobre riscos potenciais e entender melhor os movimentos e as transformações sociais ou as expectativas dos stakeholders (investidores, clientes, reguladores, distribuidores, público em geral, funcionários, etc.).

Nesse sentido, a gestão de riscos ASG ajuda na tomada de decisões em áreas tão importantes como a assinatura, o investimento, a inovação em produtos e serviços e a gestão da reputação, sendo esta última essencial para gerar confiança nos stakeholders.

A integração na gestão desses riscos, junto com os próprios riscos em si, tradicionais da atividade de seguros, permite desenvolver e promover negócios mais responsáveis e sustentáveis.

Embora estes riscos por vezes precisem de técnicas não convencionais para a sua avaliação, os mecanismos de seguros (entendidos como técnica de transferência de riscos a um terceiro, mediante prévio pagamento de um prêmio), são similares aos que são utilizados no setor segurador, que sempre demonstrou a sua capacidade de antecipação, integração e cobertura a riscos emergentes.

### Os Fatores ASG na MAPFRE

[G4-15]

Foi atualizada a tabela dos fatores ASG publicada em 2014, tomando como referência, entre outros, os temas materiais e de relevância interna e externa da Análise de Materialidade de 2015, da página 34)

## TABELA DE FATORES ASG DA MAPFRE

FATORES E CRITÉRIOS ESPECÍFICOS	
<b>AMBIENTAIS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Mudanças climáticas</li><li>– Ecoeficiência: otimização de recursos</li><li>– Preservação da biodiversidade e degradação dos ecossistemas</li><li>– Contaminação</li></ul>
<b>SOCIAIS</b>	<p><b>Direitos Trabalhistas</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Emprego</li><li>– Igualdade e não discriminação</li><li>– Inclusão de grupos vulneráveis ou de risco</li><li>– Formação e desenvolvimento profissional</li><li>– Salário digno</li><li>– Conciliação da vida profissional e pessoal</li><li>– Gestão do talento interno e atração do talento externo</li></ul> <p><b>Segurança e Saúde</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Prevenção: acidentes, licenças trabalhistas, etc.</li><li>– Saúde: envelhecimento da população, promoção de ambientes saudáveis e programas globais</li><li>– Segurança: garantir um ambiente de trabalho seguro e de confiança</li></ul> <p><b>Responsabilidade com os clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Marketing responsável</li><li>– Canais de reclamação e acompanhamento</li><li>– Segurança e privacidade dos dados de caráter pessoal</li><li>– Carteira de produtos e serviços:<ul style="list-style-type: none"><li>• Inovação: produtos concebidos para gerar um benefício social e ambiental</li><li>• Questões demográficas: envelhecimento da população</li></ul></li><li>– Tecnologia: novos meios de conhecimento e colaboração, novos sistemas, novos riscos e novos produtos.</li><li>– Promover cultura seguradora</li></ul> <p><b>Cadeia de valor (fornecedores, subcontratados, etc.)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Política e procedimentos de compras integrados: seleção, aprovação e contratação incorporando critérios de responsabilidade social e ambiental</li><li>– Análise e avaliação: direitos trabalhistas, segurança e saúde, direitos humanos, meio ambiente</li></ul>
<b>GOVERNANÇA</b>	<p><b>Ética, Integridade e princípios</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Órgãos de governança:<ul style="list-style-type: none"><li>• Liderança do Conselho</li><li>• Anticorrupção e suborno</li><li>• Transparência fiscal</li><li>• Regulamentos / Códigos Éticos e de Conduta: acompanhamento, cumprimento, avaliação, mecanismos de denúncia (internos e externos), transparência</li></ul></li><li>– Proteção dos direitos dos acionistas</li></ul>

## Análise de Riscos ASG

[G4-HR5 - HR7; S03-S05; FS1-FS3]

A MAPFRE conseguiu a aprovação de duas políticas importantes neste âmbito:

— A Política de Gestão de Riscos do Grupo, com os seguintes objetivos:

- Estabelecer as pautas gerais, os princípios básicos e o âmbito geral de atuação em matéria de gestão de riscos.
- Promover uma sólida cultura e um sistema eficaz de gestão de riscos.
- Assegurar que a análise dos possíveis riscos faça parte do processo de tomada de decisões.
- Preservar a solvência e força financeira do Grupo.

— A Política da Função de Cumprimento do Grupo (atualizada em dezembro de 2015), que estabelece como objetivo principal minimizar a probabilidade de materialização do risco legal e de descumprimento, estabelecendo, para isso, mecanismos de prevenção e controle eficazes, incentivando a formação dos funcionários nesse quesito e promovendo uma cultura ética e de cumprimento em toda a organização.

Por outra parte, o quadro de governo definido pela Política de Gestão de Riscos estabelece que a máxima responsabilidade sobre a identificação, medição, vigilância, gestão e amenização dos riscos recai sobre os Órgãos de Governo do Grupo (Conselho de Administração, Comissão Delegada, Comitê de Auditoria e Comitê de Riscos e Cumprimento).

Além disso, o Conselho de Administração designou como Diretor de Riscos o Primeiro Vice-presidente - Diretor Geral da Área Financeira da MAPFRE S.A., que assume a função de supervisionar o correto funcionamento do sistema de gestão de riscos e que conta também com o Comitê Diretor de Solvência II, o Comitê de Segurança e Meio Ambiente e seis áreas de intervenção: Atuarial, Auditoria Interna, Controle Interno, Cumprimento, Gestão de Riscos e Segurança e Meio Ambiente.

A política de riscos e os sistemas para sua gestão e seu controle são tratados de forma mais detalhada no Relatório de Contas Anuais e no Relatório de Gestão, consolidados no item 7, (página 205).

Muitos dos fatores ASG enunciados na tabela (pág. 47) são analisados especificamente pelas áreas antes mencionadas e compilados, principalmente, nos Riscos Operacionais, nos Riscos Estratégicos e de Governo Corporativo, nos Riscos Legais e de Descumprimento e nos Riscos de Segurança e Meio Ambiente.

**I. Os Riscos Operacionais:** estes tipos de riscos são inerentes ao desenvolvimento de qualquer atividade, e sua ocorrência pode gerar uma perda e/ou uma consequência negativa sobre os resultados empresariais. Por isso, a gestão desse tipo de risco, além de ser crítica, tem como objetivo mitigar as perdas reais e potenciais derivadas da inadequação ou de falhas nos processos, dos funcionários e sistemas internos ou da ocorrência de acontecimentos externos.

Em novembro de 2015, foi aprovada a política de Gestão do Risco Operacional, que tem como objetivo, entre outros, estabelecer as pautas gerais, os princípios básicos e o quadro geral de ação em matéria de gestão do risco operacional que garantam uma aplicação coerente no Grupo.

**II. Riscos Estratégicos e de Governança Corporativa:** que inclui os riscos de ética empresarial e de Boa Governança Corporativa, de estrutura organizacional, de alianças, fusões e aquisições derivadas do meio regulador e, finalmente, o de concorrência.

Em 2015, foi criado o Comitê de Riscos e Cumprimento da MAPFRE, responsável por vigiar a aplicação das normas de boa governança estabelecidas em cada momento.

Além dos Princípios Institucionais, Empresariais e Organizacionais, a MAPFRE dispõe de uma série de políticas corporativas e de um Código Ético e de Conduta que reflete os valores corporativos e seus princípios de ação, além de contar com o Comitê de Ética como órgão de garantia da aplicação, supervisão e controle do Código, o que contribui para minimizar os riscos nesse âmbito.

**III. Risco Legal e de Descumprimento:** que inclui o risco derivado de sanções regulatórias ou legais, perdas financeiras materiais ou perdas de reputação que a entidade pode sofrer como resultado do descumprimento de leis, regulamentações, regras e padrões internos e externos ou requerimentos administrativos aplicáveis à sua atividade. A sua gestão é realizada pelos Responsáveis da Função de Cumprimento das entidades conforme a sua Política de Cumprimento e as diretrizes da Diretoria da Área de Cumprimento do Grupo e pelas áreas com competência em matérias específicas de Cumprimento.

As ações realizadas na gestão dos riscos legal e de descumprimento são compiladas anualmente na Memória de Ações, que é apresentada ao Órgão de Administração da sociedade, diretamente ou por meio de um Comitê Delegado desse órgão.

A supervisão do cumprimento das normas internas e externas no âmbito do Grupo corresponde ao Comitê de Riscos e Cumprimento, como Comitê delegado do Conselho de Administração da MAPFRE.

**IV. Riscos de Segurança e Meio Ambiente:** sua identificação, tipificação, avaliação e seguimento dependem da Direção Corporativa Geral de Segurança e Meio Ambiente e do Comitê de Segurança e Meio Ambiente Corporativo, este último como órgão responsável por garantir a correta gestão dos riscos de segurança e ambientais do Grupo, de maneira alinhada com os objetivos e necessidades empresariais da empresa.

As atuações realizadas pela MAPFRE para a gestão dos riscos de Segurança e Ambientais relacionados com os fatores ASG são as seguintes:

– **PROTEÇÃO DA PRIVACIDADE DOS DADOS DOS FUNCIONÁRIOS, CLIENTES, COLABORADORES E DEMAIS GRUPOS DE INTERESSE:** conta com controles destinados a preservar a confidencialidade, integridade e disponibilidade das informações que utiliza e dos sistemas de informação de suporte. Dá-se prioridade máxima à proteção dos dados de caráter pessoal dos seus funcionários, clientes, colaboradores e demais grupos de interesse. Por isso, entre outras medidas específicas, está implementando o Escritório Corporativo de Privacidade e Proteção de Dados, destinado a proporcionar ao Grupo capacidades,

processos e mecanismos globais e uniformes nesta matéria. Dispõe-se, também, de capacidades de monitoramento e resposta (por meio do Centro de Controle Geral CCG-CERT) diante de ciberataques que pretenderem comprometer a confidencialidade das informações que a empresa armazena e/ou gerencia. Em 2015, a MAPFRE voltou a participar, com resultado positivo, dos ciberexercícios organizados pelos Ministérios de Indústria e Interior da Espanha, orientados a avaliar a capacidade das principais empresas diante do cenário de um ataque cibernético em massa.

– **PROTEÇÃO DAS PESSOAS:** dispõe de Planos de Emergência e Autoproteção, assim como de sistemas de segurança, sistemas de proteção contra incêndios e protocolos específicos, destinados a prevenir danos às pessoas (e aos bens que elas possam ter) que se encontrarem nas suas instalações ou em eventos organizados pela empresa. Além disso, realizam-se ações formativas e informativas para prevenir riscos de segurança no âmbito privado dos funcionários e colaboradores, em particular através de conselhos relacionados aos períodos de férias, com motivo de viagens, etc.

– **SOBREVIVÊNCIA DAS OPERAÇÕES NO CASO DE DESASTRE OU CATÁSTROFE:** desenvolve, implementa, testa e atualiza planos de continuidade de negócio destinados a garantir que seus clientes poderão dispor dos serviços que a MAPFRE lhes presta independentemente da ocorrência de situações de desastre ou catástrofe.

– **COLABORAÇÃO NA DETECÇÃO E NA INVESTIGAÇÃO DE ATOS CRIMINOSOS:** colabora de forma estreita com as Forças e Corpos de Segurança, dando resposta dentro do tempo e de forma oportuna aos pedidos de informação realizados por esses órgãos. Na Espanha, a MAPFRE participa diretamente dos programas "Coopera" com a Guarda Civil e "Red Azul" com a Polícia Nacional. Além disso, faz parte das redes internacionais FIRST e CERT, destinadas à prevenção, detecção e resposta no âmbito dos cibercrimes. Com tudo o que foi antes exposto, a MAPFRE contribui para a segurança geral dos meios nos quais realiza a sua atividade, incluindo o ciberespaço.

– **PROTEÇÃO AMBIENTAL:** dispõe de um Sistema Integrado de Gestão Ambiental, Energética e de pegada de carbono (SIGMAYE), com o qual os riscos ambientais causados por sua atividade são identificados, avaliados e minimizados. Através

deste sistema evita-se o consumo indiscriminado ou excessivo de energia ou fornecimentos, mediante a implementação de medidas de ecoeficiência. Em relação às mudanças climáticas, está em execução o Plano Estratégico de Eficiência Energética e Mudanças Climáticas 2020, no qual se definem ações concretas relativamente à adaptação, à mitigação e ao compromisso de redução da emissão de gases do efeito estufa (redução de 20 por 100 das emissões no ano de 2020), relacionados com as pragas biológicas e epidêmicas e com os riscos da natureza ou catastróficos.

## Controle de riscos

O controle de riscos busca conhecer o nível real do controle sobre os riscos e a suficiência dos controles, permitindo aumentar a eficiência das operações, alcançando com razoável segurança os objetivos e metas buscados, tanto no âmbito das entidades como no do Grupo.

Engloba entre outros aspectos, o monitoramento dos controles estabelecidos, a adequada resposta ao risco, a avaliação da efetividade desses controles e o estabelecimento de medidas corretivas, se necessário. Essa ação, já aplicada de forma homogênea nas sociedades do Grupo por meio do Riskm@p, permite identificar oportunidades de melhoria na eficiência das operações, na integridade das informações e no cumprimento de normas.

O modelo de controle de riscos estabelecido baseia-se numa análise dinâmica por processos das diferentes unidades de negócio, de forma que os gestores da cada área ou departamento identificam e avaliam os aspectos que possam a consecução dos objetivos de cada processo, assim como os riscos potenciais. As conclusões, por meio dos mapas de controles e de riscos, são mostradas para cada processo comercial ou de suporte analisado (atividades comerciais, atendimento ao cliente, cosseguro / resseguro, comissões, desenvolvimento de produtos, emissão, gestão administrativa, investimentos, provisões técnicas, recursos humanos, sinistros / prestações e sistemas tecnológicos), agrupados em 10 áreas de risco (atuarial, jurídica, tecnológica, pessoal, colaboradores, procedimentos, informação, fraude, mercado e bens materiais).



Na tabela a seguir, serão relacionados os aspectos que têm relação com os fatores ASG, agrupados por área de risco da MAPFRE:



NOME	DESCRIÇÃO
<b>ATUARIAL</b>	<p>Inadequação ou falhas produzidas por:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>_ a incorreta definição da política de resseguro e os derivados do seu descumprimento</li> <li>_ a tarificação inapropriada de produtos e a revisão de tarifas</li> </ul>
<b>JURÍDICA</b>	<p>Inadequação ou falhas produzidas por:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>_ desconhecimento ou não aplicação da norma legal, fiscal ou específica da atividade ou pela realização de operações à margem das leis aplicáveis nos países</li> <li>_ a não existência de contratos mantidos na entidade, erros na sua formalização/elaboração, não revisão de tais contratos.</li> <li>_ A incorreta gestão das reclamações e queixas e de operações suspeitas e obrigatórias de lavagem de dinheiro</li> </ul>
<b>TECNOLÓGICA</b>	<p>Inadequação ou falhas produzidas por:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>_ uma inconsistente rede tecnológica e linhas de comunicação (RCCM, ADSL telefônicas, fax, LAN/WAN, etc.)</li> <li>_ uma deficiente segurança e proteção dos sistemas tecnológicos e aplicativos informáticos existentes, assim como no acesso (passwords) ou encriptação de dados</li> <li>_ a inexistência de aplicativos (software), a falta de adaptação destes às necessidades das áreas e insuficiente integração entre os diferentes aplicativos</li> </ul>
<b>PESSOAL</b>	<p>Inadequação ou falhas produzidas por:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>_ falta de formação, experiência e capacitação dos funcionários da empresa ou a não adaptabilidade do pessoal à visão, missão e valores da entidade. São incluídos aspectos relacionados com o dimensionamento dos departamentos</li> </ul>
<b>COLABORADORES</b>	<p>Inadequação ou falhas produzidas por:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>_ falta de formação, experiência e capacitação da estrutura comercial da empresa ou dos profissionais externos contratados pela entidade</li> <li>_ não adaptabilidade da rede comercial ou profissionais externos à visão, missão e valores da entidade</li> <li>_ dimensionamento insuficiente da estrutura comercial ou profissionais externos colaboradores</li> </ul>



NOME	DESCRIÇÃO
PROCEDIMENTOS	Inadequação ou falhas produzidas por: <ul style="list-style-type: none"> <li>_ uma concepção inconsistente de políticas, procedimentos, planos e normas internas de cada um dos processos de gestão</li> <li>_ incorreta execução dos anteriores</li> </ul>
INFORMAÇÕES	Inadequação ou falhas produzidas por: <ul style="list-style-type: none"> <li>_ uma comunicação ou transação incorreta das informações</li> <li>_ falta de confidencialidade no seu tratamento</li> <li>_ insuficiência ou não fiabilidade, nem veracidade da informação</li> </ul>
FRAUDE	Inadequação ou falhas produzidas por: <ul style="list-style-type: none"> <li>_ falta de ferramentas e procedimentos para detectar e prevenir ações fraudulentas realizadas tanto por pessoas alheias à organização como por pessoas pertencentes a esta</li> </ul>
MERCADO	Inadequação ou falhas produzidas por: <ul style="list-style-type: none"> <li>_ desconhecimento do mercado no qual se opera</li> <li>_ incapacidade de reação perante as mudanças que ocorrem nos mercados</li> <li>_ deterioração da imagem da entidade perante a sociedade e os mercados</li> </ul>
BENS MATERIAIS	Inadequação ou falhas produzidas por: <ul style="list-style-type: none"> <li>_ falta de meios técnicos e materiais (inclui-se o hardware)</li> <li>_ inapropriada gestão e proteção dos ativos</li> </ul>

## A importância de transformar os riscos em oportunidades de negócio

As empresas seguradoras desempenham um papel importante à hora de enfrentar os desafios globais em sustentabilidade, já que têm a capacidade de projetar o conhecimento e a experiência adquiridos para a própria proteção em direção à proteção dos interesses de clientes e terceiros. Deste modo, no caso de determinados produtos, trata-se não somente de uma oportunidade de negócio, mas também de um benefício para a sociedade.

Neste sentido, em um ambiente globalizado e hiperconectado como o atual, a gestão dos riscos ambientais, sociais e de governança (ASG) permite que a empresa desenvolva novos

produtos para amenizar e reparar os impactos negativos, caso sejam produzidos, derivados desses riscos. Estes riscos seriam, por exemplo, os derivados da mudança climática ou de riscos associados tanto à perda de confidencialidade dos dados de caráter pessoal dos clientes ou funcionários, como à perda de disponibilidade dos sistemas de informação que suportam as operações negociais, perdas provocadas pelo compromisso (acidental ou deliberado) dos sistemas de Informação e redes de comunicações das empresas que os armazenam ou transmitem. Estas situações proporcionam também às empresas seguradoras a oportunidade de desenvolver produtos específicos (ciberseguros) que permitem transferir parte do impacto associado a um ciberincidente, entre outros.

A inovação em produtos e serviços que deem resposta aos clientes para enfrentar estes tipos de riscos ASG se transforma em um desafio e uma oportunidade de negócio permanente.

#### **EXEMPLOS DE BOAS PRÁTICAS:**

A Diretoria Comercial de Empresas, continuou ao longo de 2015 com a implementação e impulso do modelo de gestão comercial Empresas 360º que permite às pequenas e médias empresas, clientes e não clientes, ter acesso, de forma gratuita, a uma análise integral dos riscos associados com a sua atividade, para que conheçam realmente as suas necessidades de proteção, o seu grau de cobertura e as opções de seguro mais adequadas.

Desde o início deste modelo de gestão comercial e até o fechamento de 2015, foi realizado o Mapa de Riscos a mais de 28.000 empresas e, somente em 2015, obtiveram-se prêmios superiores a 15 milhões de euros, correspondentes a mais de 14.000 apólices de Nova produção. Além disso, no ano passado, identificaram-se mais de 100.000 oportunidades de negócio consideradas altas ou muito altas

Firmes com o compromisso de contribuir para a melhoria econômica dos países onde opera, a MAPFRE desenvolve microsseguros e produtos dirigidos especificamente a grupos com níveis de renda limitados, sobretudo na América Latina. Esta linha de trabalho permite contribuir para reduzir as desigualdades sociais e a pobreza, proteger o patrimônio das famílias que implementam pequenos negócios básicos, melhorar a dignidade das pessoas, permitindo que possam sepultar os seus familiares ou ter acesso a um nível básico de produtos de Saúde, etc. Além disso, pela forma como são comercializados alguns destes produtos, também se contribui para a criação de emprego em áreas menos favorecidas. (Para mais informações, veja as páginas 99-103 MAPFRE e seus Clientes)

Por outra parte, considera-se necessário incentivar uma cultura seguradora entre os clientes e também na sociedade, em geral, que promova os benefícios e vantagens de estar seguro, não somente para proteger o patrimônio, mas também para atenuar o impacto de um possível sinistro na atividade – mercantil e/ou pessoal –, trazendo benefícios, assim, à sociedade em seu conjunto.

Por esta razão, a MAPFRE facilita aos seus clientes/ segurados e ressegurados a possibilidade de ter um atendimento individualizado e uma assessoria especializada, a partir das diferentes linhas de negócio, o que lhes permite obter uma adequada proteção financeira dos seus riscos, através de coberturas de seguro e resseguro. (Para ampliar a informação ver páginas 99-103 de A MAPFRE e seus Clientes) Além disso, promove a cultura seguradora e o conhecimento em gestão de riscos a clientes e não clientes, mediante publicações específicas, e organizando cursos formativos especializados, fóruns, jornadas internacionais

Neste sentido, cabe destacar a participação da MAPFRE RE em diversos cursos e conferências setoriais realizados na Espanha, Colômbia, Chile e México, assim como em jornadas de treinamento para clientes na Turquia, Chile, Argentina, México e Venezuela e em seminários com técnicos de TARSIM (Turquia) e da Colômbia. Também é importante destacar a realização do Fórum de Resseguro em Madri, com participação de 18 convidados provenientes de 14 países e diversos diretores da entidade participaram de conferências setoriais entre as quais se destacam a Pacific Insurance Conference (PIC), realizado em Manila, ALASA (Colômbia) e o Congresso de Biomedicina de Seguros (Espanha), alguma delas contando com o patrocínio da entidade.

O Na Espanha, a Diretoria Corporativa de Segurança e Meio Ambiente (DISMA) colabora com cursos e mestrados especializados nas área da segurança e meio ambiente. Como exemplo, cumpre mencionar o Máster de Gerencia de Riesgos y Seguros desenvolvido pelo ICEA.

### 3.6. MEDIDAS DE PREVENÇÃO E CUMPRIMENTO

[G4-57, 58; LA-16, HR2-HR7, HR12; S03- S05; FS9]

Os Princípios Institucionais, Empresariais e Organizacionais do Grupo marcam a atuação como empresa e ajudam a desenvolver negócios sustentáveis em todos os países nos quais a empresa opera. Estes princípios se integram na empresa através de seus valores (solvência, integridade, vocação de serviço, inovação para a liderança e equipe comprometida) e são desenvolvidos através do cumprimento dos compromissos internacionais e locais e das políticas, normas e protocolos de atuação que são aprovados na organização. Tudo isso permite que a empresa atue sob o princípio da devida diligência para a prevenção, detecção e erradicação de condutas irregulares, seja qual for sua natureza, que possam ter um impacto negativo na empresa e no ambiente no qual desenvolve sua atividade.

A empresa coloca um conjunto de políticas, normativas, procedimentos, protocolos e outros documentos de referência, tanto corporativos como locais, à disposição dos funcionários, que servem como guia para determinar o comportamento que se espera de todos aqueles que trabalham ou colaboram com a MAPFRE.

Além disso, a MAPFRE publica no seu site ([www.mapfre.com](http://www.mapfre.com)), colocando à disposição de todos os grupos de interesse, as seguintes políticas corporativas



- \_ Princípios Institucionais, Empresariais e Organizacionais
- \_ Código de Ética e de Conduta
- \_ Política de Ações de tesouraria
- \_ Política de Dividendos
- \_ Política de Governança Corporativa
- \_ Política Fiscal Corporativa
- \_ Política de Gestão de Conflitos de Interesse e Operações Vinculadas com Acionistas Significativos e Altos Cargos de Representação e Direção
- \_ Política de Seleção de Conselheiros
- \_ Política de Comunicação com Acionistas, Investidores Institucionais e Assessores de Voto
- \_ Política de Prêmios de Assistência
- \_ Política de Responsabilidade Social Corporativa
- \_ Política de Diversidade e Igualdade de Oportunidades
- \_ Política de Promoção, Seleção e Mobilidade
- \_ Política de Saúde e Bem-Estar e Prevenção de Riscos no Trabalho
- \_ Política de Respeito às Pessoas
- \_ Política de Segurança Corporativa
- \_ Política de Continuidade de Negócio
- \_ Política de Meio Ambiente

A seguir, destacam-se alguns dos procedimentos e sistemas com os quais se trabalha de forma permanente para prevenir e amenizar condutas contrárias aos princípios, valores e políticas da empresa:

## Comitê de Ética

A MAPFRE conta com um Comitê de Ética, encarregado de garantir a aplicação do Código de Ética e Conduta, que estabelece as normas de conduta que devem reger o comportamento e a atuação entre os funcionários e sua relação com terceiros, que deve estar baseada no respeito mútuo entre todas as pessoas com as quais se relacionam; o compromisso com seu trabalho e com a empresa; a responsabilidade, a solidariedade e a cooperação; e a integridade e o respeito à legalidade, de forma que exista no ambiente de trabalho um clima de confiança que permita o desenvolvimento pessoal e profissional, de respeito aos direitos humanos e trabalhistas básicos, livre de exploração de qualquer natureza, intimidação, assédio e discriminação. Este Código é de cumprimento obrigatório no Grupo.

O Comitê composto por membros da Diretoria Executiva do Grupo, tem funções de consultoria, resolução, vigilância e promoção do Código.

Este Comitê informa anualmente à Comissão Delegada sobre a atividade desenvolvida no exercício.

Além disso, com o objetivo de facilitar o acesso a todos os funcionários, independentemente de seu lugar de trabalho, às consultas e possíveis denúncias sobre o Código, o Comitê conta com um canal de denúncias e consultas éticas.

Durante o exercício de 2015, o Comitê de Ética recebeu três consultas relacionadas com este procedimento. Além disso, durante esse exercício, o Comitê não recebeu denúncias relacionadas ao Código de Ética e Conduta pelos canais estabelecidos para isso.

## CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA: PRINCIPALES CONTENIDOS

### 1.

#### Relações com e entre os funcionários:

- Direitos trabalhistas
- Compromisso, eficiência e desenvolvimento profissional
- Respeito às pessoas
- Igualdade de oportunidades e não discriminação
- Conciliação da vida profissional e pessoal
- Prevenção de Riscos de Trabalho
- Proteção e uso apropriado dos bens da empresa
- Confidencialidade da informação e proteção de dados de caráter pessoal

### 2.

#### Relações com terceiros:

- Marca e imagem da empresa
- Qualidade do serviço, atendimento ao cliente e concorrência leal
- Relação com fornecedores
- Relação com os sócios
- Conflitos de interesses
- Anticorrupção e suborno

### 3.

#### Responsabilidade Social:

- Política de atuação
- Política ambiental
- Transparência da informação

### 4.

#### Cumprimento do Código de Ética e Conduta:

- comitê de Ética: competências, composição e regime de funcionamento

## Canal de Denúncias Financeiras e Éticas

A MAPFRE estabeleceu dois tipos de canal, um para as denúncias financeiras e contábeis e outro para as consultas e denúncias éticas.

O Canal de Denúncias Financeiras e Contábeis, que permite aos funcionários do Grupo comunicar ao Comitê de Auditoria da MAPFRE S.A., de forma confidencial, as irregularidades financeiras e contábeis de potencial transcendência observadas no seio da empresa.

Para canalizar as denúncias, foi criada uma caixa eletrônica que pode ser acessada em [www.mapfre.com/CDF](http://www.mapfre.com/CDF). Os funcionários também podem apresentar suas denúncias por correio postal.

Do mesmo modo, dentro do Canal de Denúncias, também foi estabelecido o Canal de Consultas e Denúncias Éticas, que permite que qualquer funcionário que tenha dúvidas sobre a aplicação do Código, ou que observe uma situação que implique um não cumprimento ou vulnerabilidade de qualquer um dos princípios e normas éticas ou de conduta estabelecidas nele, possa comunicá-lo ao Comitê de Ética de forma

confidencial e com total garantia. O Canal de Consultas e Denúncias Éticas pode ser acessado por todos os funcionários, por meio da caixa eletrônica [www.mapfre.com/Etica](http://www.mapfre.com/Etica). Os funcionários também podem apresentar suas consultas e denúncias por correio postal.

Ambos os canais são acessíveis, além de canais em espanhol, inglês, português e turco.

## Medidas de proteção dos funcionários com relação ao assédio moral e sexual no trabalho

No ano de 2015, o Conselho de Administração aprovou uma Política de Respeito pelas Pessoas, na qual manifesta expressamente que o respeito para com os demais deve ser um elemento básico da conduta dos funcionários. Por isso, a MAPFRE rejeita qualquer manifestação de assédio no trabalho, bem como qualquer comportamento violento ou ofensivo para com os direitos e a dignidade das pessoas, já que estas situações sempre contaminam o ambiente de trabalho, tendo efeitos negativos sobre a saúde, o bem-estar, a confiança, a dignidade e o rendimento das vítimas desses atos.

O respeito pelas pessoas é uma responsabilidade de toda a organização e se estende tanto às relações entre os funcionários, independentemente da sua posição na empresa, como às relações dos funcionários com clientes, fornecedores, colaboradores e outros grupos de interesse. Todos devem contribuir para garantir um ambiente de trabalho no qual a dignidade das pessoas seja respeitada.

Por isso, a MAPFRE é expressamente contra situações de assédio no trabalho e não as permitirá, independentemente de quem for a vítima ou o assediante na situação denunciada, e, que qualquer membro da empresa tem o direito de apresentar denúncias se o fato ocorrer.

Os princípios gerais de atuação nesta matéria são:

➊ Contribuir para manter um ambiente de trabalho livre de assédio e de comportamentos violentos ou ofensivos para com os direitos e a dignidade das pessoas, garantindo que conta com os procedimentos adequados para tratar o problema e corrigi-lo se este vier a ocorrer.

➋ Rejeitar qualquer manifestação de assédio, seja moral, sexual, psicológico ou de qualquer outra índole, bem como qualquer comportamento violento ou ofensivo para com os direitos e a dignidade das pessoas, considerando um princípio básico de atuação da organização o respeito às pessoas e à sua dignidade.

A MAPFRE conta com mecanismos em todos os países nos quais está presente, que permitem evitar situações de assédio e, se ocorrerem, dispõe dos procedimentos adequados para tratar o problema e corrigi-lo.

Durante este exercício, foram recebidas 16 denúncias de assédio no Grupo, que foram resolvidas através do procedimento interno previsto. Todas as pessoas que compõem as equipes de instrução receberam treinamento específico para isso.

## Cumprimento

O Grupo assume permanentemente o compromisso institucional de conduzir todas as suas atividades e os seus negócios conforme cânones estritos de comportamento ético e tolerância zero com o descumprimento normativo. Seguindo essa premissa, busca-se obter um ambiente global de cumprimento, incluindo tanto leis e demais disposições normativas quanto as regras e os padrões internos e externos.

A tolerância zero com o não cumprimento é contemplada com as medidas preventivas desenvolvidas pela função de cumprimento do Grupo MAPFRE, para evitar o risco de um eventual descumprimento.

Essa função contribui para que o Grupo minimize esse risco, incentiva a conscientização da necessidade de cumprir as normas internas e externas e garante que o cumprimento será perfeitamente integrado à sua cultura e ao desenvolvimento de todas as suas atividades. Também é importante destacar que todos os funcionários são responsáveis por se integrar na cultura de cumprimento.

A gestão efetiva do risco de cumprimento é considerada como um impulso básico para o crescimento sustentável e rentável do GRUPO MAPFRE, colaborando, ao mesmo tempo, para a proteção da solvência, integridade e reputação da MAPFRE, e apoiando o grupo na consecução de seus objetivos estratégicos.

Durante o último trimestre de 2015, foi ministrado através do campus virtual da Universidade Corporativa da MAPFRE o curso de “Introdução à Função de Cumprimento”, dirigido a todos os funcionários e fundamentalmente aos Responsáveis pelo Cumprimento designados nas entidades de seguro e resseguro do GRUPO MAPFRE, com o objetivo de proporcionar um conhecimento básico sobre a Função de Cumprimento nas sociedades em general, e especificamente no âmbito do seguro, assim como sobre a implementação da função no GRUPO MAPFRE. Nesta primeira fase de lançamento, o curso já foi realizado por 50 pessoas com responsabilidades em Cumprimento, estando prevista a sua difusão geral durante 2016.

## Controle Interno

O Controle Interno envolve todas as pessoas, independentemente do nível profissional que ocupem na organização, e busca a melhoria das operações internas, incentivando o controle dos riscos potenciais que podem afetar a consecução dos objetivos estratégicos estabelecidos.

A MAPFRE adotou para a implantação do Sistema de Controle Interno o modelo COSO, referência no âmbito internacional em matéria de controle interno e gestão de riscos dentro das organizações.

O sistema de Controle Interno se inspira em princípios básicos que englobam questões como a responsabilidade dos funcionários da MAPFRE em matéria de controle interno, o fomento do controle sobre os riscos que possam afetar a consecução dos objetivos, a melhoria da eficiência nas operações (aumentando a capacidade de administrar diversas situações internas e externas que possam surgir) ou a identificação de possíveis erros ou deficiências nos processos e nas estruturas da MAPFRE.

Em 2015, foi aprovada a nova Política de Controle Interno da MAPFRE, que atualiza os procedimentos e as metodologias do Grupo nesse quesito, e mais de 113.778 horas de formação em controle interno foram ministradas a 11.622 funcionários do Grupo.

## Prevenção da Lavagem de Dinheiro

A MAPFRE mantém uma vigilância permanente para detectar e informar aos órgãos correspondentes qualquer operação suspeita realizada com o objetivo de “lavar” recursos procedentes de atividades ilícitas. Para tanto, foram estabelecidos os meios humanos e organizacionais adequados, cuja atuação é supervisionada pelo Comitê de Prevenção de Lavagem de Dinheiro do Grupo, tudo isso em conformidade com o disposto na Lei 10/2010 e no seu Regulamento de desenvolvimento.

Durante o ano de 2015, foram ministradas mais de 14.820 horas de treinamento em prevenção de Lavagem de Dinheiro a 12.140 funcionários.

## Prevenção de Fraudes e Corrupção

### [G4-S04]

Existem diversos procedimentos para combater fraudes, entendidas como todo ato realizado por ação ou omissão, de maneira intencional e contrária à verdade, na contratação do seguro, na declaração do sinistro ou na comprovação do dano causado, bem como durante sua tramitação, com a finalidade de obter um enriquecimento injusto da seguradora. Neste âmbito, a MAPFRE colabora com as Forças e Corpos de Segurança e implementa cenários de aviso precoce de situações anômalas potencialmente fraudulentas, através da utilização de ferramentas informáticas aprovadas a nível corporativo.

Nos diversos países, são realizadas atividades de formação e divulgação, em alguns casos em colaboração com instituições setoriais, que permitam identificar e prevenir ações fraudulentas.

Além disso, por meio do Subcomitê de Sistemas de Gestão Anticorrupção da Associação Espanhola de Normalização e Certificação (AENOR), participou dos trabalhos de elaboração da futura norma ISO PC 278 Anti-Bribery Management Systems, que permitirá elaborar o padrão internacional relativo a esse tema. O estabelecimento de normas auditáveis nesse campo contribuirá para melhorar o ambiente de controle nas empresas.

Durante o ano de 2015, foram ministradas mais de 9.743 horas de treinamento em prevenção de fraudes e corrupção a 10.174 funcionários.

## Segurança

### [G4-PR8]

A segurança é um aspecto fundamental em todas as atividades que a MAPFRE realiza e, por isso, do ponto de vista da responsabilidade social, concentra-se na proteção dos trabalhadores, na proteção da informação de seus clientes e outros grupos de interesse, e na sustentabilidade de suas operações e dos serviços que presta.

A proteção dos trabalhadores é realizada proporcionando-se um ambiente de trabalho seguro, em consequência da manutenção preventiva das instalações; da disponibilização de planos de autoproteção nos centros de trabalho; da elaboração de medidas específicas para viagens e deslocamentos (principalmente em áreas instáveis); e do apoio direto e especializado diante da aparecimento de situações de risco.

O compromisso com a segurança das informações relativas aos clientes se materializa, entre outros aspectos, no estabelecimento de altos padrões de cumprimento das obrigações normativas em matérias de privacidade e proteção de dados. Para isso, são estabelecidas medidas de salvaguarda de várias índoles, garantindo a confidencialidade e a integridade necessárias e respondendo, assim, à confiança depositada pelos clientes, acionistas e demais grupos de interesse.

Neste sentido, em 2015 se continuou com o desenvolvimento da privacidade por padrão e a privacidade a partir do projeto dos processos e das tecnologias da informação, antecipando os requisitos regulatórios que se prevê que sejam incluídos no Futuro Regulamento Europeu de Proteção de Dados. Por outro lado, as novas iniciativas e sistemas de informação corporativos trazem desde seu nascimento critérios de segurança destinados a minimizar os riscos, proteger a privacidade dos dados e aumentar as capacidades de detecção e resposta a ocorrências.

Em 2015, foram iniciados dois procedimentos sancionadores ao Grupo MAPFRE, ambos associados a MAPFRE FAMILIAR por assuntos relacionados à Lei Orgânica 15/1999, de 13 de dezembro, de Proteção de Dados de Carácter Pessoal (LOPD).

Com relação à disponibilidade, são concebidas e implementadas soluções de continuidade de negócio que garantem a manutenção dos serviços prestados aos clientes diante de situações de contingência grave, contribuindo-se, assim, para a sustentabilidade das operações de negócio.

Para possibilitar todas essas ações, promove-se a formação e a certificação em matéria de segurança dos trabalhadores no desenvolvimento de suas funções e como garantia de qualidade na prestação de serviços. Assim, em 2015, foram realizadas mais de 6.714 horas de formação dos funcionários responsáveis pelos diversos processos de segurança, sendo que o número de certificações e aprovações pessoais que respaldam e endossam a qualificação de seus profissionais chegou a 251. Além disso, 61 por 100 dos funcionários de segurança recebem treinamento sobre as políticas e normas da organização em matéria de Direitos Humanos relevantes para as atividades que devem desenvolver.

## Auditorias de Responsabilidade Social

A Diretoria Geral de Auditoria Interna realizou 129 trabalhos especiais em 2015 sobre diferentes aspectos vinculados à responsabilidade social no conjunto do Grupo. Esses trabalhos tratam dos aspectos tais como recursos humanos, controle interno, prevenção da lavagem de dinheiro, serviço de atendimento ao cliente, gestão de reclamações, prevenção contra fraudes, revisão do cumprimento ético e social e do Relatório de Responsabilidade Social Corporativa.



04



## Dimensão social da MAPFRE

## 4.1. A MAPFRE E SEUS FUNCIONÁRIOS

Entre os objetivos da MAPFRE estão o progresso profissional dos seus funcionários e a potencialização da sua empregabilidade e bem-estar, por meio do desenvolvimento das suas capacidades e habilidades. Tudo isso em um ambiente de compromisso e respeito mútuo, livre de ofensas, intimidação, assédio ou discriminação, com um ambiente de trabalho que garante a segurança e a estabilidade no emprego.

Conta com um Código de Ética e Conduta inspirado nos seus princípios institucionais e empresariais, cujo objetivo é refletir os valores corporativos e os princípios básicos que devem orientar a ação da companhia e das pessoas que fazem parte dela.

A MAPFRE condena expressamente a exploração infantil e o trabalho forçado e respeita a legislação referente à idade de contratação em todos os países nos quais atua, desde que essa legislação não seja contrária à estabelecida nos convênios da Organização Internacional do Trabalho (OIT) no que tange ao trabalho infantil.

### 4.1.1. Organização

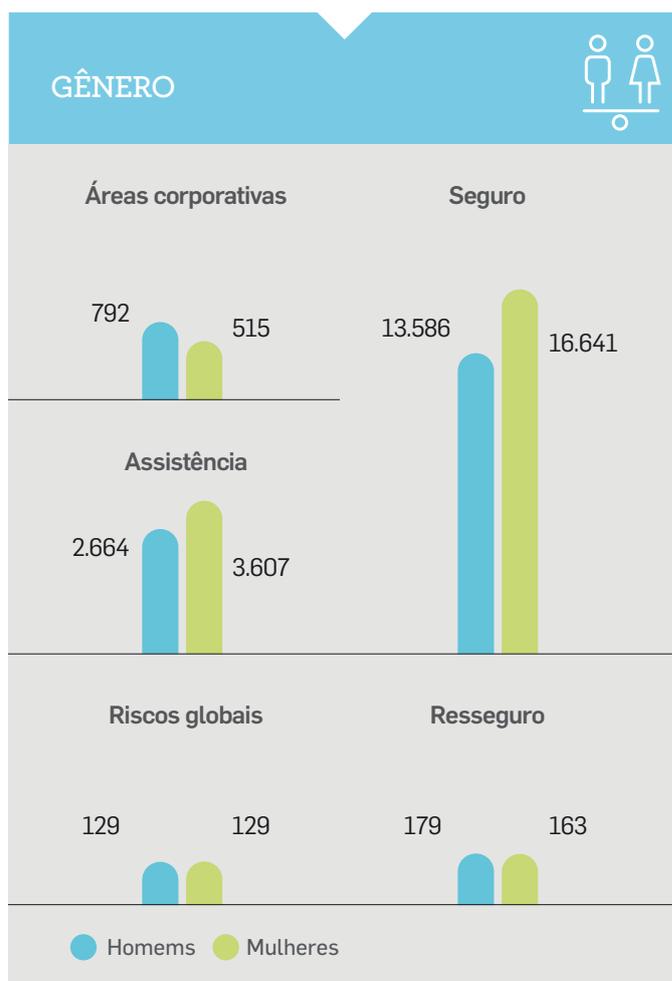
[G4-9, 10; LA12]

#### ESTRUTURA DA EQUIPE

Na MAPFRE

trabalham 38.405 funcionários,  
**3,6 por 100** mais do que em  
2014.

A distribuição da equipe por gênero, de acordo com as linhas de negócio e dados agregados das áreas corporativas é refletida a seguir:



Na MAPFRE

a média de idade dos trabalhadores é de **38,2 anos** e sua antiguidade média é de **9 anos**

A divisão por níveis de cargo é a seguinte:



## POLÍTICA DE EMPREGO

[LA1; HR5, HR6]

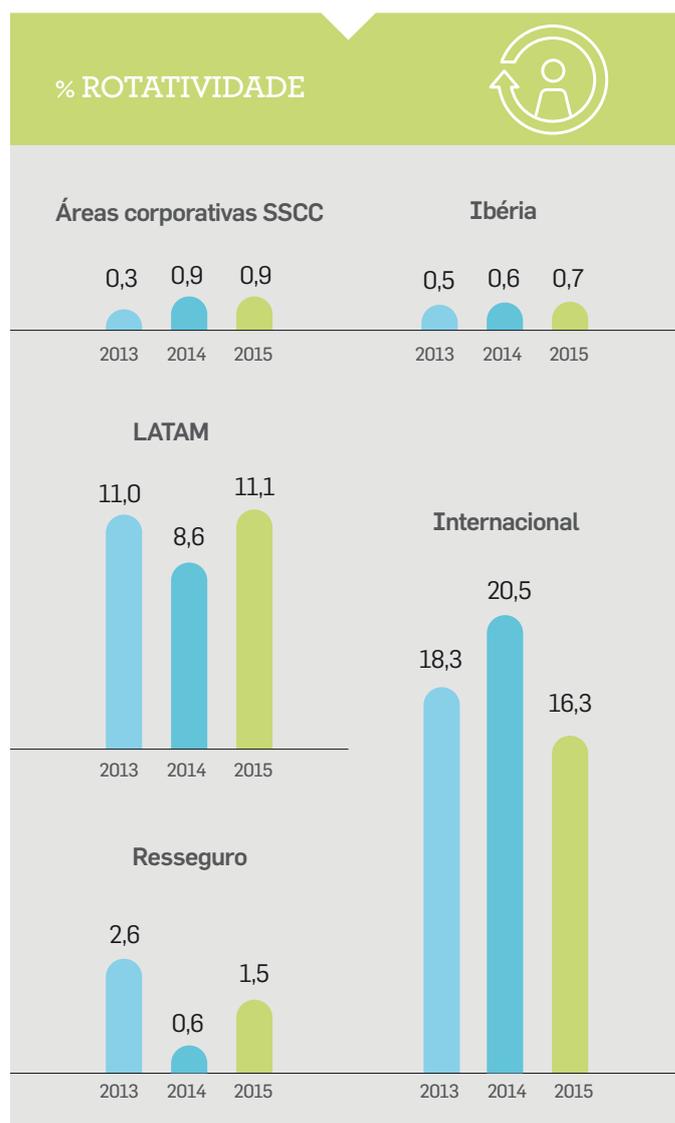
A política de emprego promove a contratação fixa versus a temporária, procurando ambientes estáveis e uma relação de trabalho de continuidade. O percentual de funcionários fixos no ano 2015 foi de 96,4 por 100.



Durante o ano, ocorreram altas e baixas pelos seguintes motivos:

ALTAS E BAIXAS POR MOTIVO	2015	2014
<b>ALTAS</b>		
Fusão ou aquisição	1.589	0
Captação externa	6.870	6.258
Reincorporação de licenças	127	188
Reincorporação do exterior	16	26
<b>BAIXAS</b>		
Alienações	6	42
Voluntárias	3.562	2.984
Demissões	3.399	2.446
Licenças	156	138
Aposentadorias	77	50
Aposentadorias precoces	4	6
Falecimentos	21	17
Invalidez	25	16

O índice de rotação indesejada, baixas voluntárias sobre o quadro médio de funcionário, nos últimos três anos, teve a evolução mostrada neste quadro:



A rotatividade não desejada mantém-se similar à de outros anos e em índices baixos. A rotatividade total aumentou para 9,2 por 100.

## 4.1.2. Diversidade, inclusão e igualdade de oportunidades

[G4-LA12]

No ano de 2015, o Conselho de Administração aprovou uma Política Global de Diversidade e Igualdade de Oportunidades que inclui, como princípios gerais de ação do Grupo, nesta matéria, os seguintes:

1. Recusar qualquer discriminação em função de raça, idade, sexo, estado civil, nacionalidade, crenças ou qualquer outra condição física ou social entre seus funcionários e considerar a diversidade como um valor, já que permite confrontar pontos de vista diferentes e contribui para uma maior criatividade e inovação.
2. Consolidar uma cultura de respeito às pessoas e aos comportamentos favoráveis e abertos à diversidade diante de qualquer um dos grupos de interesse da companhia.
3. Garantir, por um lado, o direito à igualdade efetiva de oportunidades e de tratamento de todos os trabalhadores e colaboradores que lhes permita, sem exceção, poder se desenvolver pessoal e profissionalmente e dar o melhor de si mesmos. E, por outro lado, evitar qualquer tipo de discriminação profissional nos âmbitos do acesso ao emprego, promoção, classificação profissional, treinamento, remuneração, conciliação da vida profissional, familiar e pessoal e demais condições profissionais.

A MAPFRE valoriza a diversidade de todas as pessoas que fazem parte da empresa em todos os países nos quais está presente. As diferentes características de geração, cultura e gênero enriquecem a empresa, contribuem para o seu crescimento e potencializam a inovação e a criatividade.

## DIVERSIDADE DE GÊNERO

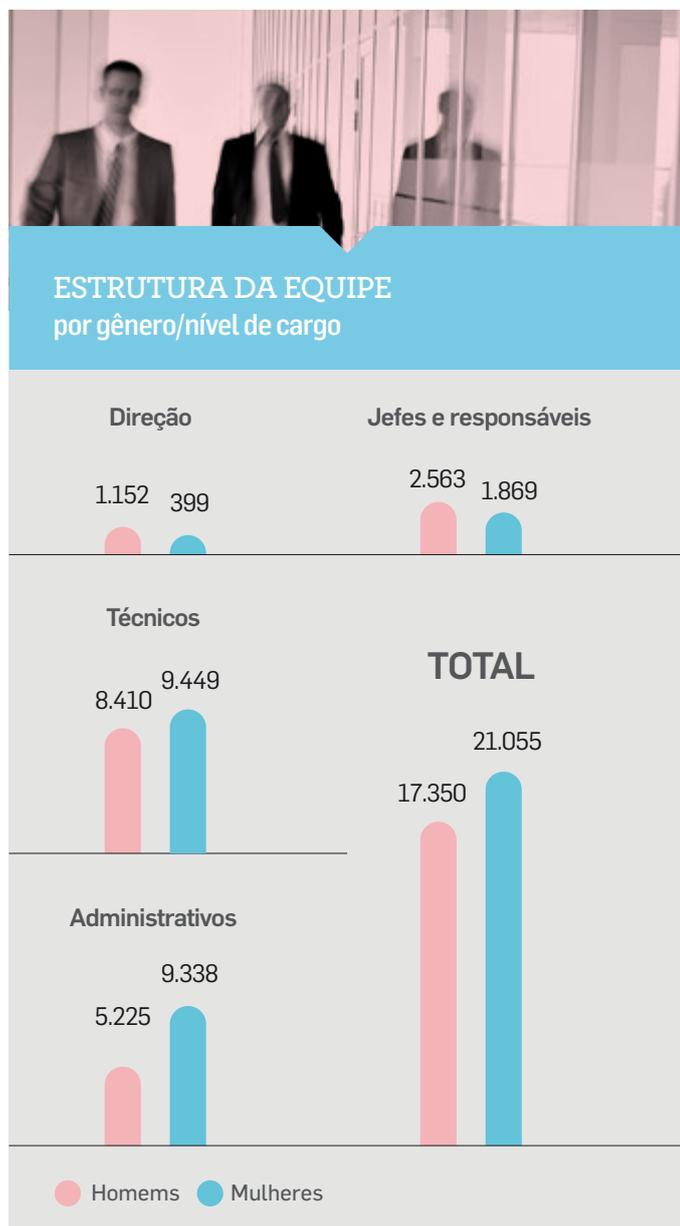
Na MAPFRE,

**37,9 por 100** dos funcionários com postos de trabalho de nível de directoria/chefia são mulheres, e essa porcentagem aumentou em **7,9 por 100** nos 3 últimos anos.

52 mulheres ocupam cargos de Alta Diretoria ou cargos em Conselhos de Administração. O Conselho de Administração da MAPFRE S.A. conta entre os seus membros com três mulheres, o que representa 16,6 por 100 dos membros, 50 por 100 a mais que em 2014.

Em 2015, 51,9 por 100 das novas incorporações à equipe foram mulheres.

A distribuição do quadro de funcionários por gênero e nível de cargo é a seguinte:



A MAPFRE está desenvolvendo ações específicas destinadas a incentivar a igualdade de oportunidades e o tratamento entre homens e mulheres, entre as quais estão:

- **Brasil:** O Programa de empoderamento de mulheres que desenvolve ações positivas para preparar mulheres para assumirem cargos de responsabilidade.
- **Espanha:** Plano de Igualdade de Oportunidades que estabelece medidas em matéria de acesso ao emprego, à promoção, ao treinamento, à remuneração e à comunicação. Em 2015, foi realizada uma campanha de saúde específica para mulheres, junto com a Comunidade de Madri, Mulheres pelo Coração.

Também cabe destacar a assinatura do acordo com o Ministério de Saúde, Serviços Sociais e Igualdade por meio do qual a MAPFRE se compromete a impulsionar uma série de medidas que facilitem o aumento de mulheres em cargos executivos e Comitês de Diretoria.

- **Estados Unidos:** Pertence à rede de liderança da mulher, que monitora a evolução das mulheres nos cargos de liderança.

#### DIVERSIDADE FUNCIONAL: PROGRAMA GLOBAL DE DEFICIÊNCIA

Durante 2015, deu-se continuidade ao desenvolvimento do Programa Global de Deficiência da MAPFRE com implementação em 22 países.

Este programa foi desenvolvido por meio das seguintes ações:

### AÇÕES DE SENSIBILIZAÇÃO PARA GERAR UMA CULTURA SENSÍVEL COM A DEFICIÊNCIA.

- Início do curso e-learning global sobre Deficiência.
- Atividades de voluntariado destinadas a portadores de deficiência.
- 1 palestras e atividades de sensibilização nos programas formativos de desenvolvimento.
- 48 notícias na intranet e divulgação de estudos realizados pela Fundación MAPFRE.
- Ação de sensibilização de fornecedores da MAPFRE: incluiu-se na Norma de Compras corporativa a preferência na seleção e homologação dos centros especiais de emprego.

### AÇÕES PARA MELHORAR A QUALIDADE DE VIDA.

- Foram concebidos procedimentos de atendimento personalizado a funcionários portadores de deficiência.
- Revisão da acessibilidade de todos os edifícios e de 6 postos de trabalho
- Desenvolvimento de aplicativos de informática com critérios de acessibilidade.

### AÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS.

- Estudo de necessidades deste grupo não cobertas pela indústria seguradora.
- Elaboração de novos produtos e serviços específicos.

### AÇÕES DE INTEGRAÇÃO NO TRABALHO.

#### Direto na MAPFRE:

- Em 2015, foram incorporadas ao quadro de funcionários 70 portadores de deficiência.
- Atualmente, trabalham na MAPFRE 479 portadores de deficiência em 21 países

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	Nº DE PORTADORES DE DEFICIÊNCIA
ÁREAS CORPORATIVAS E SC <sup>1</sup>	19
IBÉRIA	113
AMÉRICA LATINA	232
INTERNACIONAL	112
RESSEGURO	3

(1). Serviços centrais (SC)

- Realização de práticas por pessoas com deficiência. 35 pessoas com deficiência realizaram estágios na MAPFRE Espanha.

#### Indiretamente:

- Na Espanha, o Grupo dispõe de um protocolo para facilitar o cumprimento da cota reservada para portadores de deficiência estabelecida por lei.
- Em 2015, foram assinados, na Espanha, contratos de prestação de serviços de bens em centros especiais de emprego no valor de 304.658,81 euros e foram realizadas doações<sup>1</sup> no valor de 1.007.753,75 euros
- As quantidades doadas foram destinadas a:
  - Promover a integração profissional de portadores de deficiência intelectual e doença mental por meio de um programa ao qual aderiram 752 empresas e com o qual foi possível empregar 467 pessoas e preparar profissionalmente 419 pessoas.
  - Colaborar na execução de outros projetos de emprego para pessoas com deficiência, elaborados por associações e fundações, por meio de apoio econômico, do qual desde 2010, se beneficiaram 18.471 pessoas. Além disso, na China foram doados 249.762,7 renminbi, na França 32.974 euros e em Malta 1.192 euros.

1. Essas doações são exclusivamente para o cumprimento da lei LISMI na Espanha. Para mais informações sobre as doações da MAPFRE, veja o Relatório de Contas Anuais e o da Fundación MAPFRE

## DIVERSIDADE CULTURAL

Trabalham na MAPFRE 38.405 funcionários de 65 nacionalidades, o que dá uma grande diversidade cultural e proporciona o talento necessário para o seu desenvolvimento, com pessoas inovadoras e com diferentes pontos de vista.

74,2 por 100 dos funcionários da Diretoria Executiva e diretores que trabalham nas empresas do Grupo são nativos do país no qual desenvolvem sua atividade.

Gerenciar adequadamente a diversidade cultural permite que a parceria e a comunicação sejam fluentes entre todos os trabalhadores, evitando barreiras culturais e aplicando os diferentes pontos de vista que trazem.

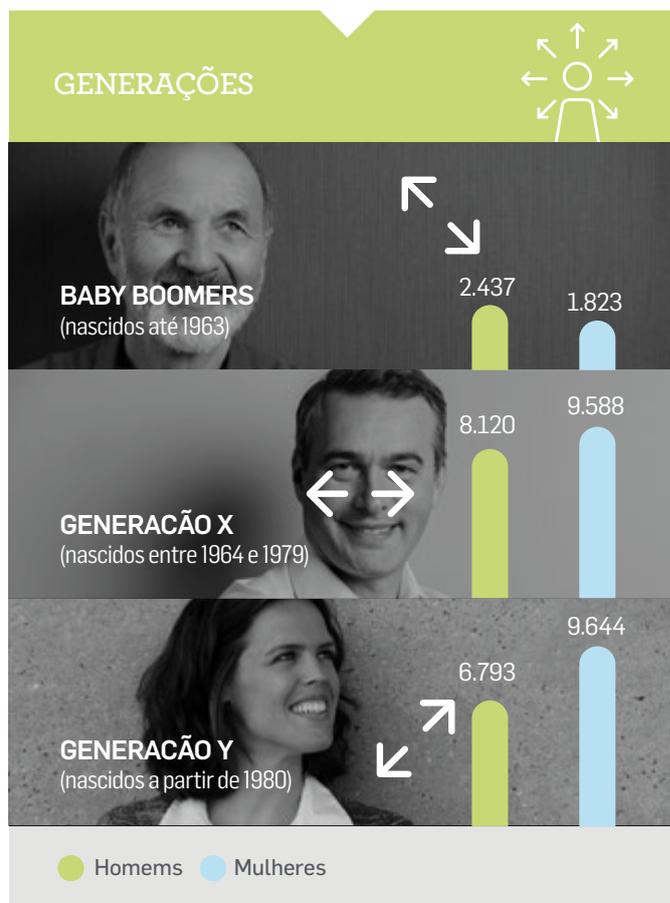
Nas Áreas Corporativas, há 1.307 funcionários de 30 nacionalidades.

Para este fim, foi promovida a mobilidade internacional, que em 2015 estimou que 118 funcionários mudaram seu posto de trabalho para outro país.

## DIVERSIDADE GERACIONAL

### [G4-EC6]

Várias gerações convivem na MAPFRE, conforme refletido no seguinte gráfico.



O objetivo é aproveitar as capacidades de todas as gerações para que deem o melhor de cada uma delas, incentivando que o convívio entre funcionários de diferentes gerações seja fluente.

A MAPFRE implementou um programa global de Trainees para impulsionar o talento jovem, incorporando 22 jovens de quatro nacionalidades (Espanha, China, Romênia e Turquia). Os próximos destinos do programa serão a Ásia e a Europa e as quatro unidades de negócio da MAPFRE.

A MAPFRE passou a fazer parte do Observatório Geração e Talento como sócio-colaborador, e participa do Comitê Promotor e Conselho Assessor, junto com grandes empresas

espanholas e outras organizações públicas, acadêmicas e líderes de opinião, com o objetivo de impulsionar a gestão ativa da diversidade geracional entre as empresas. Os objetivos do observatório são o desenvolvimento da gestão de pessoas baseado na igualdade de oportunidades independente da idade, a não discriminação e o respeito à diversidade geracional, promovendo um ambiente favorável e difundindo as melhores práticas empresariais e sociais. Deste observatório, participam funcionários que ajudam a identificar ações que viabilizam o progresso das empresas na gestão do talento intergeracional e potencializam a união do talento de todas as gerações.

### 4.1.3. Gestão del talento

A MAPFRE deu início a uma iniciativa global de gestão do talento, por meio da qual são identificados os perfis necessários para a organização, as capacidades e habilidades dos funcionários, com o objetivo de estabelecer planos de desenvolvimento que lhes permitam aumentar a empregabilidade, bem como a sua mobilidade funcional, geográfica e cobrir vagas e cargos necessários para a empresa. De este modo, a MAPFRE continua apostando na retenção de talento e na sua promoção interna.

#### IDENTIFICAÇÃO DE TALENTO

A MAPFRE desenvolveu um processo homogêneo de identificação de perfis conforme as necessidades de negócio. Para este fim, conta com um mapa de funções de cargos homologados a nível global sobre o qual são aplicados critérios organizacionais, únicos e homogêneos.

A partir deste processo, foram identificados os perfis estratégicos necessários, tanto de conhecimentos quanto de experiência, habilidades e formação. Esta é a base para o início dos processos de seleção e desenvolvimento. Para cada cargo, são definidos os requisitos técnicos e as competências necessárias para o desempenho adequado de suas funções.

#### SELEÇÃO

A MAPFRE conta com um procedimento global de seleção definido, que garante a objetividade, o máximo rigor e a não discriminação em todos os processos.

Além disso, foram homogeneizados os testes de seleção utilizados em todo o mundo, com o objetivo de incorporar

o candidato que tiver o perfil mais adequado para cada cargo. Em 2015, foi assinado um acordo global com a rede profissional LinkedIn como um canal adicional de captação externa.

O número de processos de seleção realizados em 2015 foi de 7.029, dos quais 4.976 foram externos.

#### DESENVOLVIMENTO

##### [G4-LA10, LA11]

O modelo global de avaliação mede o desempenho de cada funcionário, conforme o cumprimento de objetivos e o desenvolvimento das suas competências. Os funcionários são avaliados de acordo com as três competências comuns associadas aos valores da empresa: compromisso, orientação ao cliente e inovação. A avaliação também se concentra em outras competências específicas, conforme o cargo que ocupa cada funcionário e tem objetivos designados pelos quais cada um conhece seu nível de contribuição para a consecução da estratégia da empresa.

Durante 2015, foram avaliados 29.390 funcionários, 76,5 por 100 da equipe.

Após a implementação do modelo global em todos os países onde a MAPFRE está presente, em 2015 foi decidido que a avaliação esteja apoiada em uma ferramenta tecnológica comum, que atualmente já está implantada em 18 países, com uma abrangência de 9.310 funcionários. Isto permite obter indicadores homogêneos sobre os resultados da avaliação do desempenho, que são convertidos em uma das principais fontes de identificação do talento interno.

Em 2015, iniciou-se, a nível global, a avaliação 180º para a diretoria, com a participação de 178 funcionários.

#### MOBILIDADE INTERNA E PROMOÇÃO

##### [G4-LA10]

A MAPFRE aposta claramente na mobilidade como oportunidade para que o funcionário desenvolva sua carreira profissional. Este processo é uma referência da empregabilidade interna.

O Grupo conta com uma definição de estrutura homologada de cargos a nível global, o que oferece, de forma transparente, oportunidades de mobilidade.

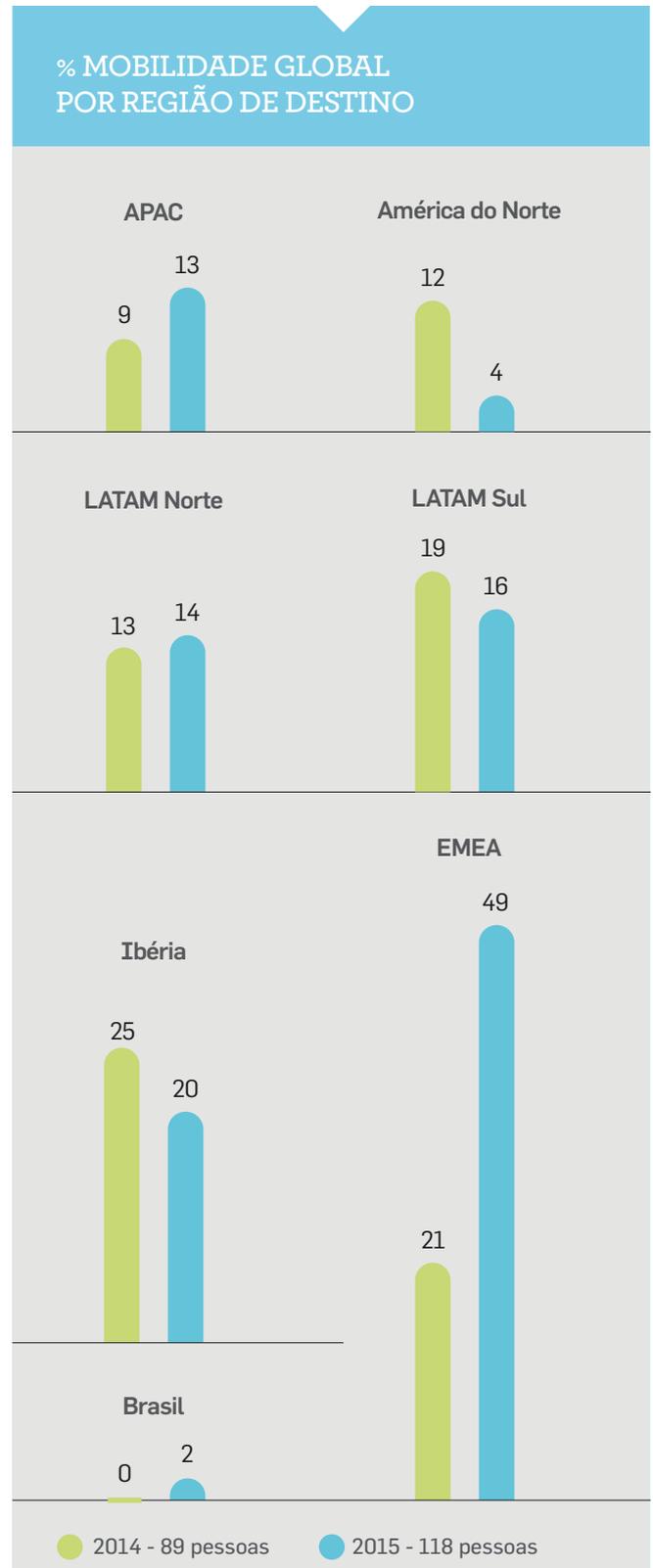
A empresa tem um procedimento global de mobilidade interna definido que permite que os funcionários obtenham informações sobre as vagas que surgem, do perfil exigido e dos passos que devem dar para escolher o posto de trabalho.

Dessa forma, no ano de 2015, das 7.029 vagas publicadas, 2.053 foram preenchidas por mobilidade interna, e 53 por 100 implicaram promoção.

### Mobilidade Geográfica

118 funcionários de 22 países começaram a trabalhar em 2015, em 25 países diferentes daqueles onde trabalhavam antes.

Atualmente, há 220 executivos e funcionários trabalhando fora do seu país de origem.



## Task-force

Existe um programa de Task Force ativado em 3 países em 2015 (Itália, Alemanha e Filipinas) que conta com um protocolo específico de seleção, treinamento, reconhecimento, remuneração e designação internacional. Este programa permite, por meio da ação imediata e coordenada de uma equipe especializada, a concretização de novos negócios ou a implantação de projetos transversais de transformação, incentivando, por meio de deslocamentos temporários, o desenvolvimento de funcionários, o aumento da empregabilidade e o desenvolvimento de habilidades globais graças à experiência internacional. No ano de 2015, foram transferidos 28 profissionais neste processo.

## Mobilidade Funcional

Na MAPFRE, a mobilidade funcional é incentivada (mudança de nível de cargo e/ou mudança de área/departamento em um mesmo país) com o objetivo de aumentar os conhecimentos e a experiência dos funcionários. Em 2015, foi atingida uma porcentagem de mobilidade funcional de 9,6 por 100 do quadro de funcionários, o que equivale a 3.701 funcionários.

## TREINAMENTO

### [G4-LA9]

O modelo global de treinamento está organizado por meio de Escolas de Conhecimento e foi desenvolvido em torno de quatro temas principais, conforme o grupo a que se dirige e a natureza das matérias.

- **FORMAÇÃO TÉCNICA E COMERCIAL**, por meio das Escolas Técnicas de Conhecimento.
- **FORMAÇÃO TRANSVERSAL**, por meio da Escola de Cultura e Políticas Globais, da Escola de Habilidades e da Escola de Idiomas.
- **FORMAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO**, por meio da Escola de Desenvolvimento Profissional.
- **FORMAÇÃO DE LÍDERES**, por meio da Escola de Liderança.

No mundo todo, a formação é definida e ministrada de acordo com um mesmo modelo de aprendizagem, alinhado à estratégia da empresa.

O modelo global de treinamento é desenvolvido por meio da Universidade Corporativa, que possui um campus presencial (em Madrid, Espanha), e salas presenciais em todos os países, além de um campus virtual (e-campus), mediante o qual é ministrado, em todos os países, o treinamento de e-learning e são estabelecidos espaços para compartilhar conhecimento.

Os próximos objetivos e desafios da Universidade Corporativa são:

- Compartilhar conhecimento em todo o mundo.
- Fazer com que o treinamento esteja sempre alinhado com a estratégia e se adapte a cada funcionário e função por meio de programas e itinerários.
- Potencializar a autoaprendizagem e o social e o mobile learning.
- Consolidar a cultura global da MAPFRE e desenvolver funcionários com habilidades e capacidades globais (funcionários polivalentes, empregáveis e flexíveis).
- Lançamento de novas Escolas Técnicas de Conhecimento, bem como da Sala de Inovação e da Sala de Negócio Digital com espaços fundamentais que favorecerão o treinamento nestas matérias identificadas como estratégicas para o negócio.



Todo o conhecimento está agrupado nas Escolas MAPFRE para dar acesso a todos os funcionários do mundo em qualquer momento e lugar.

**1. Escolas Técnicas de Conhecimento:** pretendem dotar as equipes do conhecimento necessário para o melhor desempenho de suas funções.

- Escola Atuarial.
- Escola de Finanças.
- Escola de Auditoria.
- Escola de Tecnologia e Processos.
- Escola de Operações.

Durante o ano de 2016, serão colocadas em funcionamento as Escolas de Negócio Segurador, Resseguro, Clientes e Desenvolvimento Comercial, Estratégia Legal e de Resseguro, onde serão integrados todos os conteúdos, formativos e informativos, de funções técnicas e comerciais. Também, será criada a Sala de Negócio Digital (dentro da Escola de Negócio Segurador) e a Sala de Inovação.

## **2. Escola de Cultura e Políticas Globais, Escola de Habilidades e Escola de Idiomas:**

– **ESCOLA DE CULTURA E POLÍTICAS GLOBAIS:** focada no treinamento de todos os funcionários em cultura, visão, missão e valores da MAPFRE, as políticas globais da empresa e os programas de indução e boas-vindas (36.742 funcionários formados).

– **ESCOLA DE HABILIDADES:** inclui conteúdos relacionados às aptidões e habilidades que ajudam os funcionários no seu desenvolvimento dentro da empresa. Durante este ano, o treinamento esteve concentrada nas três competências estratégicas (orientação ao cliente, inovação e compromisso), e em outras habilidades como o trabalho em equipe, assertividade, adaptação à mudança e flexibilidade, a comunicação interpessoal e a gestão do tempo (25.830 funcionários formados).

– **ESCOLA DE IDIOMAS:** oferece treinamento (presencial, online e telefônica) nos três idiomas corporativos. Neste ano, foram realizadas 133.454 horas de treinamento em idiomas, com especial dedicação aos três idiomas corporativos, espanhol, inglês e português. Além disso, foram feitos treinamentos em outros idiomas relevantes para o desenvolvimento do negócio, como o francês, o alemão e o turco.

Foi lançada uma Biblioteca de Idiomas com recursos formativos acessíveis a todos os funcionários do mundo. Nesse espaço virtual, estão disponíveis conteúdos que ajudam os funcionários na aprendizagem dos idiomas corporativos da MAPFRE. A Biblioteca da Escola de Idiomas oferece uma variedade de recursos como notícias em cada língua, exercícios para começar a aprender ou reforçar o que você já sabe, artigos para aperfeiçoar sua destreza, vídeos com as melhores histórias, lições de gramática e vocabulário geral e específico.

**3.- Escola de Desenvolvimento Profissional:** destinada a promover o desenvolvimento profissional dos funcionários, desenvolvendo seu conhecimento, sua visão estratégica e suas habilidades para aumentar, assim, sua empregabilidade.

Durante 2015, foram desenvolvidos oito programas de desenvolvimento globais e regionais (na Espanha e nos países sedes das áreas regionais) dos quais participaram 140 funcionários de 30 países. Todos eles compartilham uma estrutura homogênea e objetivos e conteúdos comuns, aliando treinamento interno a uma grande implicação por parte da diretoria da MAPFRE em todo o mundo e treinamento externo, em parceria com renomados parceiros do mundo acadêmico (universidades, consultoras e escolas de negócio internacionais).

Estes programas reúnem:

– Conteúdos internos: estratégia, estrutura e negócios da MAPFRE, ministrados por palestrantes internos, funcionários e executivos de todas as áreas regionais, unidades de negócio e áreas corporativas.

– Habilidades Interpessoais e de diretoria.

– Conteúdos de gestão empresarial: finanças, marketing, ambiente econômico, inovação e transformação digital que são ministrados em parceria com diferentes parceiros, como Financial Times - IE Business School Corporate Alliance, Oxford Leadership Academy, IMD, Universidade de Alcalá, Fundação Dom Cabral, Universidade de los Andes, Universidade Anahuac.

A nível local, em 2015, também foram desenvolvidos programas de desenvolvimento como os refletidos a seguir:

PROGRAMAS LOCAIS DE DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL (2015)				
Regional	País	Nome do Programa	Número de Participantes	Duração (Horas)
Ibéria	Espanha	Ípsilon	42	58
Ibéria	Espanha	Desenvolva-se	63	128
Ibéria	Espanha	Programa de Desenvolvimento de Diretoria	20	55
EMEA	Turquia	LEADERSHIP 101	16	35
LATAM Sul	Colômbia	Programa de Desenvolvimento de Habilidades de Diretoria	32	120
LATAM Norte	México	Programa de Certificação para Comércio	107	262
América do Norte	EUA.	Management Essentials	57	27
Brasil	Brasil	Escolas de Negócios	37	141

**4.- Escola de Liderança:** conta com um programa global denominado Global Management (GMP), estruturado de acordo com cinco pilares: visão estratégica, ambiente econômico, inovação, ambiente digital e liderança e desenvolvimento de pessoas.

Em 2015, foram desenvolvidas três edições do referido Global Management Program, em conjunto com a escola de negócio internacional IESE, do qual participaram 79 diretores executivos de 15 países. Além disso, todos os executivos recebem treinamento em finanças, comunicação e idiomas, de acordo com as necessidades de cada um.

#### OUTROS DADOS REFERENTES À FORMAÇÃO

**INVESTIMENTO EM FORMAÇÃO:** No ano de 2015, foram investidos 15,2 milhões de euros em treinamento, quantia que representa 1 por 100 do valor das remunerações.



## HORAS DE TREINAMENTO por modalidade e conteúdos



45.443



Mixta

957.928



Presencial

315.886



E-learning

170.987



Comercial

605.066



Técnica

543.203



Transversal

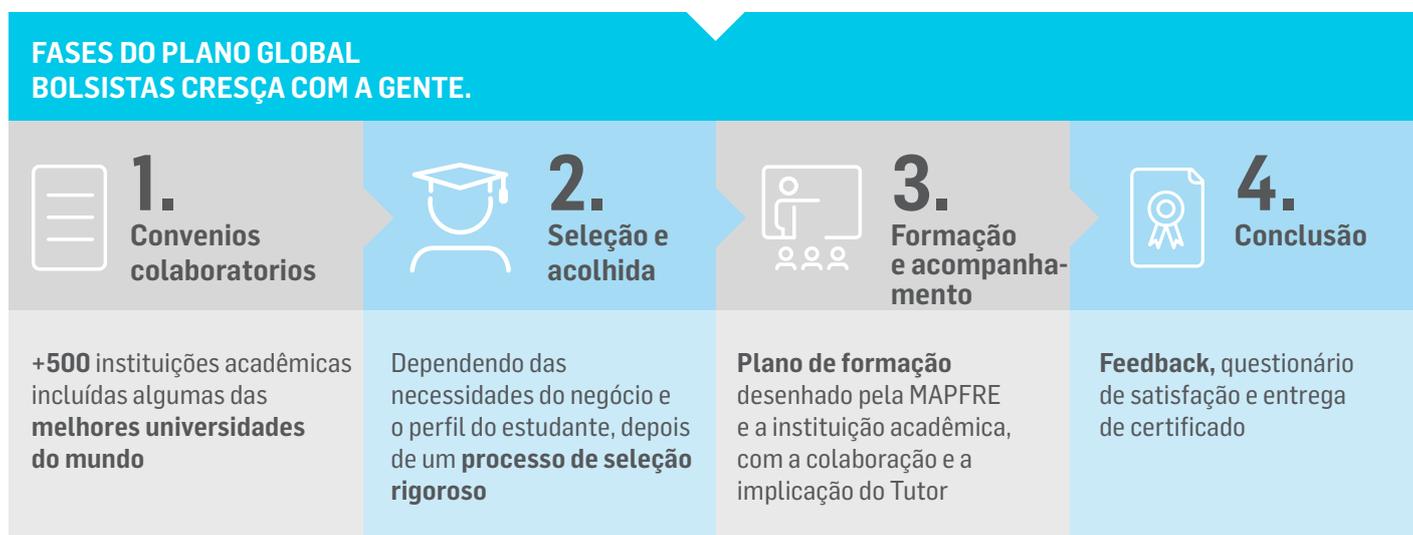
## CRESÇA COM A GENTE (PROGRAMA DE BOLSISTAS)

A MAPFRE conta com mais de 404 acordos com instituições educacionais e universidades de todo o mundo que permitem que os jovens façam estágios na empresa, contribuindo, assim, para sua integração ao mercado de trabalho.

Em 2015, elaborou-se um plano de bolsas em âmbito global, com o objetivo de estabelecer um quadro comum de ação que regule a seleção, a incorporação, a formação e o auxílio financeiro dos bolsistas.

Todas as práticas dispõem de um tutor e um programa de formação detalhado, sendo realizados relatórios e avaliações de progresso e finais. Os bolsistas recebem conselhos e feedback de seus tutores, e esse relatório é enviado à universidade ou ao centro educacional correspondente.

Em 2015, 1.031 bolsistas de 27 países realizaram estágios nas empresas do Grupo.



#### 4.1.4. Política de compensações e de reconhecimento

[G4-55; EC3, EC5; LA2]

A MAPFRE conta com uma política retributiva global, cujos princípios gerais são:

- Baseia-se no cargo ocupado por cada funcionário.
- É competitiva, em relação ao mercado.
- Garante a equidade interna.
- É flexível e adaptável aos diversos grupos e circunstâncias do mercado.
- Está alinhada à estratégia.

A entidade está comprometida com a garantia da equidade nas compensações, com especial foco nas diferenças de gênero. Durante o ano de 2015, foi analisada, por meio de diferentes índices, a equidade das compensações em âmbito internacional.

Começou-se a realizar estudos de equidade na Espanha com a finalidade de determinar se existe desigualdade em matéria de remuneração devido a qualquer variável (especialmente de gênero). Para isso, foi realizada uma análise estatística com o maior número de variáveis simultaneamente e foi comprovado como estas variáveis geram impacto na remuneração total. Também se pretende estudar grupos comuns (clusters), para verificar se a remuneração acontece de modo similar, caso contrário, saber o que provoca estas diferenças.

Por meio deste teste, é analisada a igualdade, ou desigualdade, retributiva em cada grupo, e naqueles em que a remuneração é diferente, é indicada qual variável está provocando as diferenças.

A partir desta análise, é possível concluir que 71 por 100 da remuneração total vem determinada pelo nível de cargo ocupado. Pela antiguidade são 13 por 100, pelo nível hierárquico são 8 por 100 e pela idade é 5 por 100.

O sexo determina 0,004 por 100 da remuneração total, o que indica que esta variável tem um impacto residual na remuneração total.

A remuneração na MAPFRE é composta por uma parte fixa, uma parte variável (em função do cumprimento dos objetivos da empresa e dos designados ao funcionário) e um pacote de benefícios sociais.

No exercício de 2015, foram pagos 1.675 milhões de Euros em remunerações. 71,4 por 100 dessa quantia corresponde à remuneração fixa e variável; 13,7 por 100 a cotizações para os seguros sociais; 10,4 por 100 a benefícios sociais; e 4,5 por 100 a indenizações e outros complementos. A percentagem de remuneração variável sobre remuneração total do Grupo representa 10,9 por 100, com um peso no salário dos funcionários que oscila entre 10 e 40 por 100, dependendo do cargo.

Vem aumentando o número de funcionários com remuneração variável vinculada aos objetivos da empresa e seu peso na remuneração total. A remuneração variável é determinada como uma percentagem sobre a remuneração total, sendo esta percentagem diferente para cada nível de cargo e tanto maior quanto mais próximo o cargo estiver da estratégia.

Nível do posto	% remuneração variável sobre remuneração total
Diretores	40%
Chefes e Gerentes	30%
Técnicos	20%
Administrativos	10%

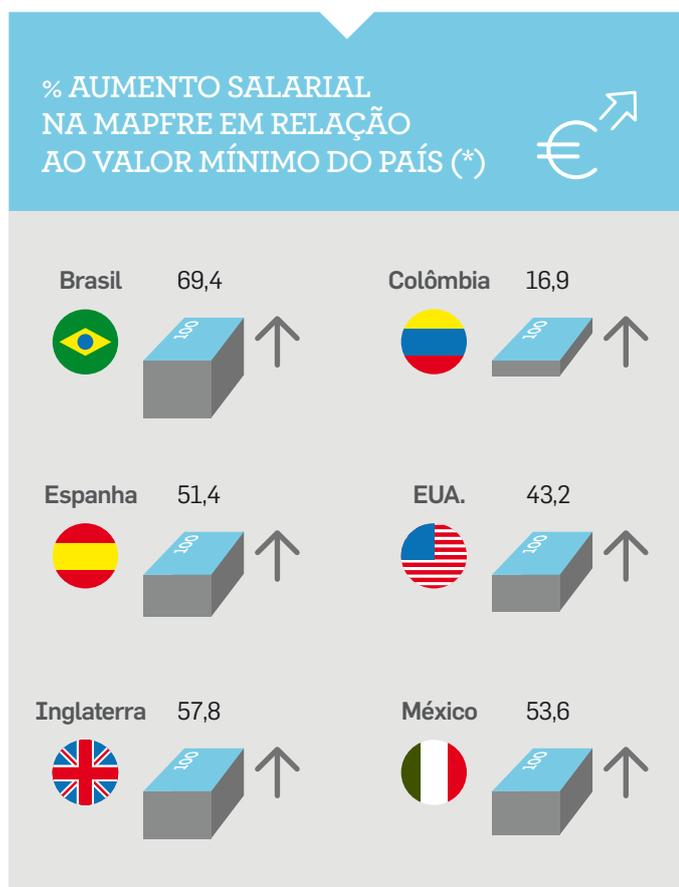
A MAPFRE conta com um programa de incentivos plurianuais a nível global para 135 diretores.

O aumento salarial é realizado anualmente, de acordo com o estabelecido na norma e convênios locais, bem como com as faixas salariais por cargo (que foram definidas na empresa a partir da avaliação dos cargos e que garantem a equidade interna), e conforme os dados de mercado, por meio da participação nas pesquisas salariais por setor e por país, o que resulta em critérios de competitividade externa.

Em todos os países, indicadores econômicos externos e estudos de mercado são tomados como referência. O desempenho do funcionário, seu desenvolvimento profissional e as promoções obtidas na empresa são elementos-chave para determinar o aumento individual do salário.

De forma geral, o salário na MAPFRE é consideravelmente superior ao salário mínimo de cada país.

A seguir, será detalhado o diferencial existente nos países nos quais o Grupo tem os maiores números de funcionários:



(\*) Dados não comparáveis entre países

## PROGRAMAS DE RECONHECIMENTO

Na política de compensação da MAPFRE, existem programas de reconhecimento que distinguem a boa prática dos funcionários, sua colaboração social e seu engajamento.

Alguns dos programas mais relevantes são:

– **Convenção:** viagem para a qual são convidados os funcionários que colaboraram mais diretamente para o crescimento do negócio.



Washington foi o destino da Convenção em 2015

– **Desafios:** reconhecimentos trimestrais por alcançar valores de comercialização de determinados produtos com diferentes prêmios.

– **Programa de reconhecimento Ovation nos EUA:** reconhecer o esforço dos funcionários que se destacam em compromisso, inovação, dedicação e êxitos.

– **Prêmios LEAN de tecnologia:** premiação para as melhores iniciativas para aumentar a qualidade e reduzir o tempo de produção e o custo.

## 4.1.5 Bem-estar e conciliação

[G4-LA5 – LA8]

As medidas de conciliação têm como objetivo ajudar a:



**1 Melhorar a qualidade no emprego** com medidas como o horário flexível.

**2 Facilitar a flexibilidade de tempo e espaço** com medidas como o trabalho em meio período ou a jornada de trabalho reduzida e o trabalho remoto.

**3 Apoiar a família**, com licenças remuneradas e não remuneradas e excedências por motivos pessoais, entre outros.

**4 Desenvolver as competências profissionais**, com licenças para estudos, além do treinamento oferecido pela empresa.

**5 Favorecer a igualdade de oportunidades dos funcionários após uma licença ou licença de longa duração**, para o qual são desenvolvidos programas de integração.

### TEMPO DE TRABALHO

Se mantiverem medidas de conciliação relacionadas ao tempo de trabalho. Em 2015, foram realizadas iniciativas de horário flexíveis, uma na MAPFRE RE, por meio da qual os funcionários, em caráter voluntário, aderiram a um novo horário flexível, que permite responder às necessidades de negócio ao mesmo tempo que facilita a conciliação de vida profissional e pessoal dos trabalhadores, e outra no Brasil, pela qual os funcionários contam com uma ampla margem de flexibilidade na entrada e, além disso, podem dispor de um banco de horas a ser compensado com tempo livre.

O quadro a seguir indica o número de funcionários que, em 2015, foram beneficiados com algumas das medidas de conciliação relacionadas ao tempo de trabalho.



FUNCIONÁRIOS BENEFICIADOS COM MEDIDAS DE CONCILIAÇÃO	
MEDIDAS DE CONCILIAÇÃO DE VIDA PROFISSIONAL E PESSOAL	Nº DE FUNCIONÁRIO BENEFICIADOS
Horário de trabalho flexível	12.131
Trabalho em meio período	2.262
Jornada de trabalho reduzida	4.467
Trabalho remoto	788
Licenças remuneradas e não remuneradas	14.252
Licenças por motivos pessoais ou estudos	1.549
Programa de integración de empleados tras un permiso de larga duración	756

## BENEFÍCIOS SOCIAIS

Para facilitar o bem-estar e a conciliação da vida profissional e pessoal dos funcionários, a MAPFRE oferece a eles uma ampla série de benefícios sociais.

Na tabela a seguir, serão mostrados os principais benefícios sociais aplicados no Grupo.

BENEFÍCIOS SOCIAIS APLICADOS NO GRUPO		
TIPO DE BENEFÍCIO SOCIAL	% DE FUNCIONÁRIOS QUE DESFRUTARAM DO BENEFÍCIO SOCIAL, EM RELAÇÃO AOS FUNCIONÁRIOS QUE TINHAM DIREITO A ELE	
	Seguro de saúde	92,6
	Sistemas de Previdência Social/ Seguro de Vida	95,1
	Bonificações em seguros	68,7
	Prêmio de permanência na empresa	16,2
	Auxílio escolar para filhos	37,9
	Prêmio de natalidade	6,2
	Empréstimos	22,0

Todos os benefícios são oferecidos aos funcionários, independentemente de o contrato ser permanente ou temporário. O valor destinado em 2015 a benefícios sociais foi de 174 milhões de euros.

É oferecido apoio aos funcionários para situações especiais, normalmente originárias de problemas de saúde. Em 2015, o valor deste apoio subiu para 508.484 euros. Do mesmo modo, em 2015 foram concedidas ajudas econômicas a funcionários aposentados no valor de 320.976 euros.

## ATIVIDADES SOCIAIS PARA OS FUNCIONÁRIOS

A MAPFRE contribui para a melhoria do ambiente de trabalho com atividades esportivas, culturais e familiares que favorecem a relação e a integração entre os funcionários.

As principais atividades realizadas são as seguintes:

– **Atividades esportivas:** corridas, competição de futebol, tênis, paddle e atletismo. Atividades culturais: oficinas educativas de cultura e segurança viária por meio da Fundación MAPFRE.

– **Ofertas e descontos** para funcionários em produtos e na contratação de serviços comercializados por entidades da MAPFRE e outras entidades externas.

– **Festas** com funcionários e crianças e festa de Natal.

– **Jornadas de portas abertas.**

– **Atividades com associações de pessoas com deficiência:** venda de plantas e loteria.

Em 2015, cabe destacar que, na Espanha, foi dado um caráter solidário às atividades sociais, de modo que os funcionários, pela sua participação nas atividades, fizeram doações a projetos sociais escolhidos.

No ano de 2015, desenvolveram-se 397 atividades sociais, com 71.217 participações de funcionários e familiares.

Na Espanha, existem duas plataformas para os funcionários, Me Gusta, com 6.767 funcionários inscritos, e teCuidamos Empleados, com 9.480 funcionários inscritos.

Me Gusta é uma rede social interna por meio da qual se oferece aos funcionários atividades esportivas, culturais e de lazer, e teCuidamos Empleados oferece aos funcionários um espaço onde encontrar ofertas e descontos em lazer, saúde e beleza, restauração e tecnologia, entre outros serviços. Além disso, conta com serviços de orientação psicológica, pediátrica, assistente nutricional, assessoria fiscal, assessor mecânico virtual, gestor para assuntos pessoais, telefarmácia e segunda opinião médica, entre outros.

## EMPRESA SAUDÁVEL

Em 2015, o Conselho de Administração da MAPFRE aprovou a nova redação da Política de Saúde, Bem-estar e Prevenção de Riscos no Trabalho. Conforme a redação, a saúde, a segurança e o bem-estar dos trabalhadores são fundamentais, tanto para eles como para suas famílias, bem como para a produtividade, a competitividade e a sustentabilidade da empresa.

Os princípios gerais que informam esta política são:

**1.** Obter um ambiente de trabalho saudável e de bem-estar que permita que todos os funcionários realizem seu trabalho nas melhores condições físicas, psíquicas e sociais.

**2.** Alcançar um nível ideal na segurança ocupacional, indo além do mero cumprimento das normas em matéria de prevenção de riscos de trabalho.

A MAPFRE conta com uma política de saúde e bem-estar e prevenção de riscos no trabalho. É o Modelo de Empresa Saudável, com um alcance global e com uma implementação local por meio de ações adaptadas à realidade de cada país. Embora a base do modelo de empresa saudável se encontre na esfera relacionada ao ambiente de trabalho e esteja constituída por todas aquelas ações tradicionalmente enquadradas no conceito de prevenção de riscos trabalhistas, o modelo vai mais além, pois pretende oferecer um tratamento global às pessoas, ou seja, tanto o aspecto de saúde física quanto mental, e tanto o ambiente de trabalho quanto o pessoal.

Dentro das ações de caráter global, cabe destacar as informativas e formativas. Os funcionários recebem todos os anos treinamento em matéria de saúde e hábitos Saudáveis. Este ano, foram realizadas 10.071 horas de treinamento especificamente dedicadas à saúde e ao bem-estar.

Com relação à comunicação, a revista El Mundo da MAPFRE publicou, em 2015, os seguintes artigos na seção Estar Bem: A felicidade. Pautas para ser feliz; Os perigos da automedicação irresponsável; Reduzir horas de sono, uma opção que não devemos considerar; e Os benefícios da solidariedade.

A MAPFRE assume um modelo de prevenção no qual os trabalhadores podem participar ativamente de tudo aquilo que possa afetar sua segurança e sua saúde no trabalho, sendo que, para isso, dispõe-se das formas representativas estabelecidas legalmente. Um total de 27.197 funcionários, 70,8 por 100 da equipe, estão representados em comitês de saúde e segurança formados pela diretoria e por funcionários conjuntamente, que foram estabelecidos para ajudar a controlar e prestar assessoria sobre esta matéria.

O Modelo de Empresa Saudável é resumido no seguinte gráfico, que mostra os diferentes âmbitos de ação.



## Ambiente de Trabalho

### [G4-LA3]

De acordo com este modelo, é necessário trabalhar para melhorar o ambiente de trabalho no seu sentido mais amplo para ser uma empresa promotora de saúde entre os funcionários.

AMBIENTE DE TRABALHO	
<b>ESPAÑA</b> <ul style="list-style-type: none"><li>_ 148 Avaliações de riscos de trabalho: segurança, higiene e ergonomia.</li><li>_ 4.646 horas de treinamento e informação dos funcionários sobre PRL.</li><li>_ 5.838 Exames médicos de empresa iniciais, periódicos e de retorno ao trabalho.</li><li>_ 7 Estudos epidemiológicos e de sinistralidade.</li><li>_ Assistência a 698 funcionários em situação de incapacidade temporária.</li></ul>	<b>BRASIL</b> <ul style="list-style-type: none"><li>_ Campanhas de vacinação, assistência a gestantes, Exames de Saúde periódicos (4.723 Reconhecimentos médicos).</li><li>_ Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho (SIPAT).</li></ul>
<b>COLÔMBIA</b> <ul style="list-style-type: none"><li>_ 24 avaliações de riscos de trabalho e 1 Avaliação de riscos psicossociais.</li><li>_ 188 horas de treinamento e informação sobre PRL.</li><li>_ 4 estudos epidemiológicos e de sinistralidade.</li><li>_ Exercícios de simulação de emergências e evacuação.</li></ul>	<b>ESTADOS UNIDOS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>_ Seu Comitê de Segurança estabelece a política em torno a condições de trabalho seguras. O Programa ergonômico assegura que os funcionários têm todo o equipamento necessário para realizar seu trabalho em um ambiente seguro.</li></ul>
<b>MÉXICO</b> <ul style="list-style-type: none"><li>_ Realizou-se uma avaliação de riscos de trabalho e ações.</li><li>_ É realizada prevenção de acidentes de trabalho e conta-se com medidas de emergência, primeiros socorros e planos de evacuação dos edifícios.</li></ul>	<b>OUTROS PAÍSES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>_ A maioria dos países realiza treinamentos em emergências e primeiros socorros, assim como simulações de evacuação.</li></ul>

	2014		2015	
	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES
Número de acidentes de trabalho*	215	214	217	250
Número total de horas perdidas por ausência derivada de acidente fora do trabalho e doença comum	376.144	992.206	490.428	1.076.930
Número de horas perdidas por acidente no trabalho	24.380	25.264	34.543	29.106
Porcentagem de horas perdidas sobre o total de horas teóricas.	1,4%	3,0%	1,8%	3,2%

\*Os dados da Espanha somente consideram os acidentes que causaram licença de trabalho.

O número de licenças de maternidade no ano de 2015 foi de 954 e o número de licenças de paternidade foi de 546. 86,7 por 100 das mulheres e 98,5 por 100 dos homens que desfrutam dessa licença voltam ao trabalho assim que esse período termina.

## PROMOÇÃO DA SAÚDE

O objetivo principal das ações de promoção de saúde é a prevenção das doenças não transmissíveis, bem como otimizar o atendimento sanitário, estabelecer formas e procedimentos de assessoria e apoio médico e psicológico e desenvolver campanhas globais de saúde.



Participação na VI Maratona de Málaga

## PROMOÇÃO DA SAÚDE

### ESPANHA

- 3 campanhas de informação sobre a prevenção das principais doenças não transmissíveis: câncer e cardiovasculares.
- 6 campanhas sobre:
  - "Dejar de fumar con ayuda" com 62 presentes.
  - Campanha de Vacinação da Gripe: 950 vacinações
  - Campanha de Vacinação do Tétano-difteria: 21 vacinações
  - Campanhas de Saúde Ocular: participaram 1.454 funcionários na referida campanha
  - Campanhas de Saúde Osteomuscular: 638 funcionários.
  - Campanhas de doação de sangue ""Comparte VIDA, comparte CORAZÓN"", com um total de 641 doações.
- 995 assessoramentos médicos a funcionários 184 a familiares dos funcionários.

### COLÔMBIA

- 3 campanhas de informação sobre a prevenção das principais doenças não transmissíveis: câncer e cardiovasculares.
- Realizou-se a Semana da Saúde.

### MÉXICO

- Campanha de prevenção das principais doenças não transmissíveis: câncer e cardiovasculares, por meio de comunicados institucionais.
- 2.299 assessoramentos médicos aos funcionários.

### BRASIL

- 2 Campanhas de informação sobre a prevenção das principais doenças não transmissíveis: câncer e cardiovasculares.
- 11 reuniões de um grupo de apoio a funcionários com câncer.
- Semana temática sobre segurança, saúde e bem-estar.
- 15.192 assessoramentos psicológicos a funcionários 15.039 a familiares dos funcionários.
- 13.982 exames médicos realizados além do legalmente estabelecido no país.

### ESTADOS UNIDOS

- Anualmente, a MAPFRE USA associa-se ao Dana Farber Cancer Institute para proporcionar educação sobre o câncer de pele e projeções. O furgão proteção solar câncer de pele conta com profissionais médicos que realizam exames da pele, os materiais educativos e os advogados, conforme for necessário.
- Campanha câncer de mama.

### OUTROS PAÍSES

- A maioria dos países realizam campanhas informativas para a prevenção das principais doenças não transmissíveis: câncer e cardiovasculares. Em outubro, realiza-se em âmbito global a Campanha "Súmate al rosa", sobre prevenção do câncer de mama.
- Na Turquia, divulgou-se entre os funcionários o Guia de Saúde para as costas, que inclui informações e recomendações.

## ATIVIDADE FÍSICA E ALIMENTAÇÃO

São os pilares de uma boa saúde. Trata-se de promover a realização de atividades esportivas entre os funcionários, bem como proporcionar informação sobre uma alimentação saudável, apetitosa e divertida. Além disso, foram realizadas atividades concretas:

### ATIVIDADE FÍSICA E ALIMENTAÇÃO

#### ESPANHA

- \_ Corridas populares, Encontros esportivos MAPFRE
- \_ Ações nos menus ou produtos oferecidos nos centros de trabalho
- \_ Promoção do exercício físico, academia na Sede Social e acordos com academias.

#### COLÔMBIA

- \_ Foram realizadas palestras sobre nutrição.
- \_ Procedimento de Pausas ativas por meio de um folheto no qual se explica a realização de exercícios para prevenir os riscos ergonômicos.

#### MÉXICO

- \_ Foram realizadas campanhas de informação e promoção da alimentação saudável e uma campanha de informação e promoção de hábitos relacionados ao exercício físico.
- \_ Foram promovidos produtos saudáveis a preços especiais para os colaboradores e sua família.

#### BRASIL

- \_ Realizou-se uma Campanha de Atenção nutricional nos escritórios de Berrini, Ibirapuera, São Carlos e Cenesp.

#### ESTADOS UNIDOS

- \_ Programa "Ready Set Go". Esse programa fornece mensalmente informações sobre hábitos de vida saudáveis por meio de seminários online e oficinas presenciais.

#### OUTROS PAÍSES

- \_ Informações nutricionais por meio de palestras, sessões de treinamento e ações de promoção da alimentação saudável na maioria dos países.
- \_ Na Nicarágua, incentiva-se a realização de atividade física através do pagamento de metade do custo total das mensalidades da academia de cada funcionário que decidiu participar no programa.
- \_ No Peru, programa de ginástica trabalhista.
- \_ O Panamá realizou a ação Vida saudável, que consiste na realização de exercícios depois de horas no escritório, com o apoio de um treinador especializado
- \_ Na Turquia, foram dadas aulas de ioga na sede.

## BEM-ESTAR MENTAL

Devido ao fato de os riscos psicossociais e as doenças mentais serem assuntos emergentes e que preocupam as empresas e a sociedade em geral, nesta esfera são abordados os assuntos como a gestão do estresse, a aprendizagem de condutas positivas ou as ferramentas de eficácia pessoal, bem como assuntos relacionados ao apoio psicológico de funcionários e familiares.

### BEM-ESTAR MENTAL

#### ESPAÑA

- Conta-se com Apoio psicológico para problemas de trabalho/ estresse. 600 intervenções em casos de funcionários e 102 em casos de parentes de funcionários.
- Por meio do programa teCuidamos, dispõe-se de acompanhamento psicológico por telefone.
- Atividades realizadas para a Gestão do Estresse:
- Publicação de artigos na revista O mundo da MAPFRE:
  - nº 87. 2015: "A felicidade. Princípios para a felicidade"
  - nº 87. 2015. "A gestão dos conflitos"
  - nº 89. 2015. "Dificuldades: problema ou oportunidade?"

#### COLÔMBIA

- Procedimento de Pausas ativas por meio de um folheto onde se explica a realização dos exercícios.

#### MÉXICO

- Apoio psicológico em problemas de trabalho/estresse por meio de uma linha telefônica que funciona de segunda-feira a sexta-feira.
- Realizam-se atividades ou cursos sobre Gestão do Estresse, por meio da linha telefônica de apoio, Oficinas sobre gestão do estresse e inteligência emocional e gestão de conflitos.
- Oficina sobre gestão e administração do tempo.
- Realizam-se palestras gruPaís com psicólogo.

#### BRASIL

- Sliza-se atendimento psicológico na empresa.
- Na semana dedicada à segurança, saúde e bem-estar, realizaram-se oficinas relacionadas com a gestão do estresse (oficina de pintura e quick massage).

#### ESTADOS UNIDOS

- Programa de Assistência telefônica ao Funcionário e seus familiares dependentes.

#### OTROS PAÍSES

- Malta oferece apoio psicológico a funcionários e familiares por meio da Fundação Richmond, tendo realizado sessões sobre Conciliação da Vida, Igualdade e manutenção de relações de trabalho saudáveis.
- No Peru, realizou-se um curso sobre Gestão do Estresse em âmbito nacional, bem como sobre Gestão da Autoestima.
- Na Turquia é oferecido um pacote de terapia com um preço especial para os funcionários por meio de um fornecedor da Rede de Saúde.
- A Venezuela dispõe do Serviço psicológico chamado "En Confianza" cujo objetivo é orientar o funcionário que solicite atendimento para as suas necessidades..
- O Panamá conta com um programa de bem-estar psicológico para os funcionários, caso o requeiram.
- Em Porto Rico, existe uma linha telefônica de apoio à disposição dos funcionários.

## CONTEXTO PESSOAL

São atividades relacionadas à saúde e ao bem-estar dos trabalhadores e suas famílias no seu ambiente pessoal.

São abordados assuntos como o cuidado de pessoas dependentes sob a responsabilidade do funcionário, a educação dos filhos, a prevenção de acidentes fora do trabalho, etc.

### CONTEXTO PESSOAL

#### ESPAÑA

- Publicação de artigos na revista "O mundo da MAPFRE":
  - nº 88. Os perigos de uma automedicação irresponsável
  - nº 89. Reduzir as horas de sono: uma opção que não devemos contemplar.

#### COLÔMBIA

- Exames especializados para as mulheres na Semana da Saúde.

#### OTROS PAÍSES

- El Salvador oferece apoio às mulheres durante o período de gestação.
- A maioria dos países realiza ações de apoio à Mulher e à maternidade, à igualdade de condições no trabalho e à promoção da sua saúde.
- Em Malta, por meio da Fundação Richmond, são realizados programas de proteção à maternidade e os funcionários aposentados conservam os benefícios de ter a cobertura de saúde até os 75 anos.
- Em Nicarágua, existem medidas especiais de tempo de trabalho em apoio a necessidades específicas do ambiente familiar e apoio econômico em caso de falecimento de um parente.
- Na Turquia, sob a estrutura dos clubes sociais, são promovidas atividades como Fotografia, Música, Leitura, Mergulho, Cultura, Arte e Turismo.

#### BRASIL

- Ações relacionadas com o apoio ao ambiente familiar, mulheres grávidas, prevenção de acidentes domésticos.
- Programa de Educação Financeira para funcionários.

#### ESTADOS UNIDOS

- Através do seu programa de assistência a funcionários (EAP) proporcionam aos funcionários e seus familiares materiais educativos e assessoramento profissional. Isto inclui crianças, adolescentes, idosos e a adesão à luta contra os vícios.
- Informações para as mães sobre a criação dos filhos, a saúde e a atenção pré-natal a grávidas.

#### MÉXICO

- Oficina de vícios Campanha de vacinação, Campanha de vacinação contra o Vírus HPV.

## 1ª SEMANA MAPFRE: OBJETIVO SAÚDE

Na semana entre os dias 28 de setembro e 3 de outubro, realizou-se a Semana MAPFRE: Objetivo Saúde, um evento que foi realizado pela primeira vez e do qual participaram mais de 1.500 funcionários e familiares.

Os objetivos alcançados com esta iniciativa foram:

- Desenvolver o modelo de empresa saudável.
- Promover campanhas da Fundación MAPFRE.
- Aproveitar sinergias com outras áreas (Saúde4, teCuidamos).
- Potencializar as mensagens sobre saúde com conteúdos relacionados à saúde e ao bem-estar durante uma semana.

Além de informação sobre saúde na Internet, nesta semana foram realizadas, nas instalações de Majadahonda (Madri, Espanha), mais de 50 atividades, cujo objetivo era promover a saúde entre os funcionários e que foram realizadas em parceria com a Saúde 4, Fundación MAPFRE e teCuidamos.

A semana foi encerrada com uma jornada de portas abertas para todos os funcionários da MAPFRE em Madri, na qual o voluntariado corporativo teve uma presença importante, com uma presença de 1.000 pessoas.

Oficinas e master class de cozinha saudável e divertida, palestras sobre primeiros socorros e emergências, aulas de tai chi e zumba ou seções de melhora da saúde física e mental são algumas das atividades mais valorizadas pelos funcionários.

Esta iniciativa foi realizada como teste piloto para, uma vez estudada sua repercussão, avaliar por meio de outros exercícios a realização de um evento similar de caráter global.



Na Semana MAPFRE: Objetivo Saúde foram organizadas atividades esportivas com os funcionários

A seguir são apresentadas as atividades realizadas e o nº de participantes:

SEMANA MAPFRE OBJETIVO SAÚDE 2015	INSCRIÇÕES
Ônibus Mulheres pelo coração	84
Campanha Doação de Sangue	87
Palestras informativas controla TIC	48
Aula de Tai Chi	52
Aula de zumba	88
Jornada "Gravidez e direção, e Sistemas de Retenção Infantil"	10
Jornada: habilidades no cuidado dos idosos dependentes	28
Jornada: Vigijemos a nossa saúde. Cuidados com a saúde nas pessoas com mais de 35 anos	27
Master Class "Cozinha saudável e divertida"	175
Mulheres pelo coração	58
Saúde 4. ODONTOLOGIA	62
Saúde 4. DERMATOLOGIA	39
Saúde 4. ESTUDO DA PISADA	140
Saúde 4. FISIOTERAPIA E OSTEOPATIA	137
Saúde 4. OFTALMOLOGIA	69
Sessão sobre melhora da saúde física e mental por meio da Coerência Cardíaca	79
Sessão informativa "Cuidar dos nossos idosos começa em cuidar-nos a nós próprios"	22
Sessão para a diretoria de RH Elsa Punset	23
Oficina sobre alimentação: "Desde o supermercado até a cozinha. Escolha Saúde"	103
Oficina sobre prevenção de acidentes domésticos. Incêndios e outros riscos	20
Oficina sobre primeiros socorros e emergências	85
Oficina sobre relaxamento	65
Oficina: Conheça o seu cargo	21

#### 4.1.6. Clima organizacional e reputação interna

Durante o ano de 2015, foram realizadas pesquisas de satisfação, compromisso e reputação em alguns dos principais países onde a MAPFRE está presente. A Great Place To Work (GPTW) é uma pesquisa feita para medir a satisfação e o compromisso dos funcionários que, no ano de 2015, foi realizada em 13 países, contando com a participação de 9.786 funcionários. A MAPFRE se posicionou dentro dos rankings de Best Workplace no Brasil, El Salvador, Espanha, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Peru e República Dominicana, além da América Latina, América Central e Caribe.

Para a gestão da reputação interna, também são levados em consideração outros monitores como o MERCO (Monitor Empresarial de Reputação Corporativa). No ranking realizado

pelo Merco Talento sobre as 100 empresas que melhor atraem e retêm o talento pessoal, a MAPFRE situa-se na 13ª posição, subindo quatro posições com relação ao ano anterior. A MAPFRE também foi condecorada como uma das 100 melhores empresas para trabalhar na Espanha no monitor Merco Talento na Colômbia, na Argentina e no Peru.

#### 4.1.7. Comunicação interna

Mantém-se um diálogo permanente com os funcionários, informando-os sobre os aspectos relevantes para o desenvolvimento do negócio e escutando suas opiniões.

Os principais canais de comunicação com os funcionários são a Intranet e as revistas ("O Mundo da MAPFRE", revista global para todos os funcionários no mundo, e as revistas internas

editadas nos diversos países nos quais o Grupo está presente). Em 2015, houve avanços no desenvolvimento de uma nova intranet Global, que será ativada ao longo de 2016, e que será transformada no principal canal de comunicação interna do grupo a nível mundial.

Além disso, para conseguir uma bidirecionalidade na comunicação, existem à disposição dos funcionários diferentes recursos e ferramentas, como caixas de mensagem, pesquisas, blogs e fóruns, que permitem que os trabalhadores transmitam seus comentários e sugestões e que a empresa lhes responda. Durante 2015, foram realizadas pesquisas para conhecer a relevância que os funcionários dão aos temas relevantes para a MAPFRE em matéria de Responsabilidade Social e sobre inovação. Por outro lado, agora é possível avaliar os artigos na edição digital da revista corporativa O Mundo da MAPFRE, a fim de que os funcionários deem sua opinião sobre os artigos que mais lhes interessam.

Também foi elaborado e aprovado o modelo de comunicação interna da MAPFRE, um documento que constitui o marco corporativo para o desenvolvimento desta função no Grupo. Além disso, foram obtidos avanços importantes na comunicação da estratégia dos funcionários do Grupo.

Além disso, na Espanha, existe um espaço na intranet, denominado Gestão de Pessoas, destinado aos chefes e diretores que gerenciam equipes, e no qual é possível encontrar informações, recomendações e conselhos práticos para ajudar esse grupo na gestão de suas equipes. No futuro, esse espaço estará disponível para todos os chefes e diretores com pessoal sob sua responsabilidade em todos os países nos quais a MAPFRE tem presença.

#### 4.1.8. Representação legal dos trabalhadores

**[G4-11; LA4; HR4]**

A MAPFRE mantém uma linha de máximo respeito aos direitos dos trabalhadores em matéria sindical e de negociação coletiva, de acordo com a normativa aplicável em cada país, além de mecanismos de diálogo permanente com seus representantes sindicais, reconhecendo a representação sindical como grupo de interesse. Dessa forma, existem órgãos de participação da empresa com os representantes legais dos trabalhadores na Espanha, Argentina, Peru, Malta, México, Uruguai e Venezuela. A relação com esses órgãos

é coordenada e administrada por meio das Diretorias de Recursos Humanos, em função das exigências legais e/ou formais e adaptadas aos usos e costumes locais.

Nesse sentido, existem comissões formais na Espanha e na Colômbia, ou grupo de trabalho específicos no México, na Argentina, no Peru e em Malta, assim como reuniões periódicas em todos esses países.

Por outro lado, a empresa disponibiliza aos representantes a comunicação e o diálogo com os funcionários por meio de contas de e-mail específicas ou espaços na intranet bem como meios para reuniões e assembleias. Na Espanha, os representantes também contam com horas sindicais (108.195 em 2015) e subvenções para o desenvolvimento das suas atividades (81.398 euros em 2015).

Na MAPFRE, há 21.180 funcionários com cobertura de acordos coletivos em 25 países, o que significa que 55 por 100 do quadro de funcionários está representado.

#### 4.1.9. Voluntariado corporativo



O voluntariado se consolida como um dos programas corporativos com maior repercussão na sociedade. A MAPFRE conta com um Programa Corporativo de Voluntariado que estabelece as linhas básicas para o desenvolvimento dos planos locais dos países.

As atividades de voluntariado permitem canalizar o espírito solidário dos funcionários e contribuir para a melhora da qualidade de vida das pessoas.

Em 2015, 4.120 funcionários e familiares voluntários da MAPFRE em todo o mundo participaram em 765 atividades de voluntariado de caráter social e ambiental. Os funcionários também participaram de treinamento e-learning sobre diferentes temas relacionados à atividade solidária.

O programa funciona em conjunto com a Fundación MAPFRE, que atua como entidade colaboradora, além de projetá-lo, organizá-lo e desenvolvê-lo em 21 países da América, Ásia e Europa.

A seção MAPFRE e a Sociedade deste relatório, detalha as principais ações de voluntariado corporativo realizadas durante 2015.

A seguir, serão resumidas as principais ações de voluntariado realizadas nos diferentes países, com os impactos: revisar e completar com informação do Grupo.

UIA DE CAMPANHAS E ATIVIDADES PRÓPRIAS E EXTERNAS			
LINHA DE ATUAÇÃO	CAMPANHAS E ATIVIDADES	IMPACTO NOS BENEFICIÁRIOS	NÚMERO DE ATIVIDADES
NUTRIÇÃO	"Alimentos com Coração" (atividades em hortas, bolsas para refeitórios, coletas de alimentos, coletas de dinheiro, refeitórios sociais, entrega de cestas de alimentos, merendas, nutrição comunitária, etc.)	25.131	93
SAÚDE	Apoio psicossocial (compartilhando ilusão, desenhando sorrisos, decoração hospitalar, visitas a centros de idosos, visitas a hospitais, palestras sobre a prevenção contra a violência de gênero, etc.) "Sou Doador" (coletas de dinheiro, doação de sangue, órgãos, cabelo, medula)	341.537	109
EDUCAÇÃO	"O coração da Mapi" Pequenos solidários "Torne-o Útil" (adequação de instalações de escolas, bibliotecas, bolsas de estudo, coleta de material escolar, roupas, calçados, reforço escolar, etc.)	18.235	66
AJUDA EM EMERGÊNCIAS	"Aí onde você estiver, pode ajudar" (atividades em casos de catástrofe, apoio logístico, coleta de dinheiro, coletas de material de necessidade básica, etc.)	1.348	11
MEIO AMBIENTE	"Recicle de Coração" (reciclagem de pilhas, móveis) "Comprometidos com o Meio Ambiente" (atividades de sensibilização em relação ao meio ambiente, palestras, limpeza de praias, lagoas, oficinas sobre animais ou espécies protegidas, etc.)	18.200	28
AÇÕES TRANSVERSAIS	Comércio Solidário (mercado de rua solidário, bazares, trocas, etc.) Mês Solidário da Fundación MAPFRE (todas as atividades realizadas durante o Novembro Solidário) "Um brinquedo, Uma Alegria" (celebrações infantis, coletas de artigos para bebês, balas, chocolates, doces, brinquedos, Festas de Natal, entrega de brinquedos, festas do Dia de Reis, etc.) Campanhas Solidárias (coleta de artigos de higiene e asseio, óculos, material de escritório, roupas, calçados, etc.) Atividades transversais com outras áreas fundamentais ou com campanhas comerciais ou de empresas (apoio logístico, participando das atividades com atividades de voluntariado) Cooperação solidária (canalização de doações feitas por pessoas relacionadas à MAPFRE e canalização de material excedente ou material retirado do catálogo da MAPFRE) Manutenção de Instalações (compra de móveis, eletrodomésticos, similares, construção de lares, construção de áreas lúdicas, limpeza, pintura, conserto de fachadas de instalações) Anas de Fidelização (encontro de voluntários e similares) Voluntariado Profissional Outras Atividades (viagem solidária, concurso de projetos solidários, corridas solidárias, etc.) Microdoações (presenciais e online) Formação de Voluntários (curso online de voluntariado, palestras, atividades de sensibilização, etc.)	136.957	403

## 4.2. MAPFRE E SEUS CLIENTES

### [G4-8]

A MAPFRE não trabalha apenas de forma permanente para os seus clientes mas também se esforça para responder às principais expectativas que estes possuem. Neste capítulo, serão abordados de forma específica os temas materiais e relevantes relacionados aos clientes identificados por meio do estudo corporativo de materialidade.

A excelência nos produtos e serviço é a principal premissa para ganhar e manter a confiança dos clientes. Além disso, a experiência do cliente constitui a principal ferramenta que a empresa utiliza para medir a qualidade percebida pelos assegurados com relação aos serviços prestados.

A excelência também leva muito em consideração as mudanças no ambiente econômico, social e tecnológico, o aparecimento de novos comportamentos de compra nos consumidores e o aumento do protagonismo da Internet.

Na adaptação permanente aos elementos anteriores, são essenciais a inovação em produtos e serviços, a satisfação do cliente e a profissionalização da rede comercial e sua omnicanalidade.



A MAPFRE, que conta com mais de 34 milhões de clientes, é líder em vários mercados nos quais opera, e a participação no mercado do Grupo nos principais países nos quais desenvolve sua atividade é a seguinte:

	PARTICIPAÇÃO DE MERCADO DA MAPFRE	PARTICIPAÇÃO DE MERCADO DE NÃO VIDA	PARTICIPAÇÃO DE MERCADO DE VIDA	POSIÇÃO DA MAPFRE NO RANKING GLOBAL DO PAÍS
	%	%	%	Unidades
Argentina	2	3	2	15
Brasil	8	12	5	4
Colômbia	6	8	4	4
Chile	6	11	0,3	4
Equador	4	2	1	10
EUA.	0,4	0,4	n/a	39
El Salvador	9,1	13	9,9	4
Espanha	12	15	11	1
Filipinas	4	4	n/a	11
Guatemala	8	8	5	4
Honduras	19	17	23	2
Malta	9	23	1	1
México	7	11	3	4
Nicarágua	9	10	4	5
Panamá	15	15	14	3
Paraguai	19	87	13	1
Peru	13	17	8	3
Portugal	1	3	1	15
Porto Rico	4	4	1	9
República Dominicana	16	15	18	3
Uruguai	16	12	26	2
Venezuela	6	6	6	5
Turquia	7	8	0,4	4

Um dos principais objetivos da MAPFRE além de aumentar o número de clientes é aumentar sua vinculação ao Grupo. Para isso, em 2015 aprofundou-se na segmentação de clientes, um projeto iniciado em 2014 para orientar as operações e os processos para os principais tipos de cliente; tanto para pessoas físicas quanto jurídicas, incluindo neste último grupo pequenas e médias empresas e grandes grupos industriais ou financeiros.

A tabela a seguir mostra o número de clientes de acordo com as diversas áreas regionais do Grupo:



Os dados correspondentes a GLOBAL RISKS e MAPRE ASISTENCIA encontram-se agregados às Áreas Regionais correspondentes.

Para dar resposta às necessidades dos clientes e garantir o melhor serviço possível o Grupo conta com:

- Centros próprios (1.251) de perícia e pagamento rápido de sinistros de automóveis, com profissionais formados nas técnicas mais avançadas, e 5 oficinas próprias (3 na Espanha, 1 em Porto Rico, e 1 na Venezuela) para a reparação dos veículos sinistrados.
- Centros de serviço ao automóvel (19 na Espanha, 7 na Turquia, 1 na Venezuela e 2 no Paraguai), nos quais se administra, coordena e supervisiona a reparação do veículo que sofreu um sinistro, oferecendo aos clientes um veículo de substituição enquanto o seu é reparado.
- Unidades de análise do automóvel (12 na Espanha, 2 no Peru, 3 na Colômbia, 1 em El Salvador, 1 em Porto Rico e 2 nas Honduras) para realizar revisões gratuitas dos veículos e fomentar assim a segurança.
- Oficinas (27.851) com as quais existem acordos para reparar os veículos sinistrados.
- Centros de pesquisa e desenvolvimento de sistemas de prevenção de acidentes de circulação e de reparação de veículos (CESVIMAP) na Espanha, Argentina, México, Brasil, Colômbia e França, cujas pesquisas são uma referência para a manutenção da segurança.
- Policlínicos de Saúde próprios (13) na Espanha (3), no Peru e (1) na Guatemala para prestar assistência sanitária e especialidades médicas.
- Clínicas (2.605) com acordos e nas quais a entidade presta assistência aos seus segurados.
- Clínicas dentais (7 na Espanha) equipadas com a última tecnologia e os equipamentos mais avançados em saúde dental.
- Centros médicos para o atendimento de acidentados de trânsito, (5) com área de reabilitação (2) em Portugal, (2) na Guatemala e (1) no Peru.
- Centros de gestão de negócio de empresas (30), nos quais se atendem as companhias de forma integral.
- Aplicativos móveis específicos em cada país para acessar determinados serviços do Grupo.

O pagamento de prestações, que é a indenização que as seguradoras pagam quando ocorre um sinistro, desempenha um papel relevante na formação de rendas de cidadãos e empresas.

Em 2015, as entidades seguradoras da MAPFRE pagaram aos seus clientes benefícios pelo montante de 11.230,9 milhões de euros com um aumento de 3 por 100 com relação a 2014.

A tabela a seguir mostra detalhadamente as principais áreas territoriais:

ÁREAS	PRESTAÇÕES		
	2015	2014*	VARIAÇÃO (%)
ÁREA TERRITORIAL IBÉRIA	5.734,0	5.659,3	1,32
ÁREA TERRITORIAL LATAM	2.974,7	3.588,9	(17,11)
ÁREA TERRITORIAL INTERNACIONAL	2.522,2	1.652,1	52,66

Milhões de euros

\*2014 atualizado por Catalunya Caixa



## Inovação

[G4-2, 4; FS5, FS6]

A orientação ao cliente é um dos eixos principais do Plano Estratégico da MAPFRE, no qual se identificou a inovação como uma das ferramentas que ajuda a oferecer soluções seguradoras enfocadas nas necessidades do cliente, centro de toda a atividade empresarial do Grupo. A inovação em produtos e serviços orientados ao cliente se transforma assim em uma peça fundamental para que a MAPFRE alcance seus objetivos a curto, médio e longo prazo, e consolide seu posicionamento como "seguradora global de confiança".

Neste sentido, se colocou em andamento o modelo de inovação da MAPFRE, concebido para incentivar a cultura de inovação em toda a organização e dar resposta aos desafios do negócio. Para isso, foi constituído um Comitê Corporativo de Inovação e criou-se a Diretoria Corporativa de Inovação.

O modelo de inovação da MAPFRE está ao serviço da estratégia, tanto global como localmente, e converte-se em um dos instrumentos essenciais para conseguir a diferenciação e ajudar a alcançar os objetivos. A inovação está orientada às propriedades estratégicas e à evolução de propostas de valor para os clientes.

Dessa forma, Em 2015, consolidou-se a implementação deste modelo de inovação, incorporando treze Escritórios de Inovação e Desenvolvimento nas Áreas Regionais e nas Unidades de Negócio do Grupo. Estes Escritórios fomentam a cultura de inovação, proporcionam um método de trabalho e contribuem para alinhar a organização ao redor da inovação.

O modelo foi completado em 2015, com a rede de Innoagentes, composta por funcionários que atuam como embaixadores de inovação, incentivando a transformação cultural da empresa com vistas à inovação. Este impulso completa-se com a contribuição e a criatividade de todas as pessoas que trabalham na companhia.

## Novos produtos e serviços

A seguir, serão incorporados os produtos mais recentes lançados em todos os mercados em 2015:

PAÍS	RAMO	MODALIDADE DE PRODUTO/ SERVIÇO
<b>ÁREA TERRITORIAL IBÉRIA</b>		
 <b>Espanha</b>	<b>Automóveis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Você Escolhe: seguro modular com o qual o cliente poderá selecionar as coberturas que necessita a um preço mais ajustado.</li> </ul>
	<b>Vida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Produto de economia com prêmios periódicos, com capital diferido na aposentadoria.</li> <li>– FondMapfre Renda Médio Prazo, FondMapfre Renda Curto Prazo.</li> <li>– FondMapfre Escolha Moderada (FEM).</li> <li>– FondMapfre Escolha Decidida (FED).</li> <li>– FondMapfre Escolha Prudente (FEP).</li> <li>– Seguro Confiança Dólar.</li> <li>– Seguro Multifundos seleção.</li> <li>– Seguro Triplo XXX.</li> <li>– Seguro SIALP, que garante benefícios.</li> </ul>
<b>ÁREA TERRITORIAL LATAM</b>		
 <b>Argentina</b>	<b>Automóveis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Apólice Ativa: seguro contra terceiros completo e à medida de cada segurado.</li> <li>– Apólice Agromáquina: um seguro projetado para resguardar a maquinaria de trabalho agrário e as responsabilidades resultantes dos possíveis danos a terceiros que o seu uso possa ocasionar.</li> </ul>
	<b>Vida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Eterno Individual: um seguro de enterro que conta entre outros com os seguintes serviços: transferência desde o local do falecimento, velório, serviço de cafeteria, assistência médica, certidão de óbito.</li> </ul>
	<b>Patrimoniais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Transporte Seguro Grãos: uma cobertura para o setor agropecuário, para proteger a mercadoria perante qualquer imprevisto que surja durante o trajeto.</li> </ul>

PAÍS	RAMO	MODALIDADE DE PRODUTO/ SERVIÇO
 <b>Brasil</b>	Automóveis	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pequenas frotas: um produto destinado a frotas com até 15 elementos.</li> <li>– Serviços de inspeção de sinistros online: Página interativa na qual o segurado pode, por exemplo, desfrutar dos serviços de inspeção de sinistros online e enviar as fotos do seu sinistro, agilizando sua indenização.</li> </ul>
	Vida	<ul style="list-style-type: none"> <li>– MAPFRE Seleção de Fundos de Investimentos de Renda Fixa de Crédito Privado: Trata-se de um produto especialmente desenvolvido para atrair fundos dos investidores qualificados.</li> </ul>
 <b>Chile</b>	Automóveis	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Plano Essencial: inclui RC combinada, passageiros, defesa penal e assistência em viagem.</li> <li>– Plano Medium: inclui, além das coberturas anteriores, perda total por danos, roubo, furto ou uso não autorizado e danos em vidros e chapas.</li> <li>– Plano Plus: além dos anteriores, inclui danos parciais no veículo próprio, danos em terceiros pela própria carga, roubo de acessórios, carro de substituição, tramitação de revisão técnica e motorista responsável.</li> </ul>
	Vida	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Vida Total: seguro temporário de vida anual, com uma proteção integral e custo econômico.</li> </ul>
	Saúde	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Seguro complementar de saúde: complementa a cobertura do sistema de saúde previdenciário (Isapre/Fonasa), reembolsando uma porcentagem do valor (co-pagamento) não coberto por este.</li> </ul>
 <b>EUA.</b>	Casa	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cobertura complementa: uma apólice que protege a propriedade e cujas coberturas se estendem também ao proprietário.</li> <li>– Premier Living Coverage: garante coberturas e custo de substituição.</li> <li>– Restorationist Guaranteed: garante a restauração, sem limites.</li> </ul>
	Patrimoniais	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cobertura de iates: um seguro para os proprietários de embarcações de recreio. A embarcação deve cumprir com a regulamentação e seus principais operadores devem contar com a qualificação correspondente.</li> </ul>
 <b>El Salvador</b>	Automóveis	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Plano Auto Seguro Centenário: uma réplica do Plano Auto Seguro implementada para o Centenário de La Centroamericana, incluindo duas novas cláusulas: 100 horas de serviço de assistência residencial e 100 dias de veículos de substituição em caso de sinistro.</li> </ul>

PAÍS	RAMO	MODALIDADE DE PRODUTO/ SERVIÇO
 <b>Nicarágua</b>	Automóveis	<ul style="list-style-type: none"> <li>– MAPFRE o Veterano: segura riscos pelo valor real para veículos com uma antiguidade superior a 7 anos.</li> </ul>
 <b>Paraguai</b>	Automóveis	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Serviço App Mobile: por meio deste aplicativo os segurados podem gerenciar seus sinistros e solicitar assistência em automóveis, residencial e outros produtos.</li> <li>– Serviço de App para cliente distribuidor: por meio desta aplicativo, os agentes de seguros podem enviar suas inspeções de riscos (com fotografias incluídas) em automóveis, residencial e multiriscos.</li> <li>– Serviço de cotador web-Mapfre online: por meio deste cotador, os distribuidores podem imprimir seus certificados de coberturas e a Carta Verde.</li> <li>– Básica Internacional produto dirigido para um segmento do mercado que não contrata ou não pode aceder a coberturas premium e que circula esporadicamente em rotas de países limítrofes.</li> <li>– Avisos de renovação web: disponibilidade antecipada da carteira a renovar de cada canal comercial e por cada agente, em um contexto web (MEL). Afeta todos os ramos.</li> </ul>
	Casa	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Produto residencial combinado: conta com coberturas ampliadas e adequadas a cada cliente. Inclui incêndio, roubo, RC, equipamentos, vidros e granizo.</li> </ul>
	Patrimoniais	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cartão Blindado: produto dirigido à carteira de cartões de instituições bancárias ou financeiras. Engloba proteção de compras + extensão de garantia de eletrodomésticos + assalto.</li> </ul>
	Vida	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Vida Individual: produto renovável e com cobertura até um ano. Inclui morte, invalidez e acidentes, além de despesas por enterro, despesas médicas por acidente, adiantamento por doença terminal e trasplante de órgãos.</li> </ul>
 <b>Peru</b>	Patrimoniais	<ul style="list-style-type: none"> <li>– MAPFRE Empresas: seguro orientado para proteger o segurado, seu negócio e seus clientes diante qualquer tipo de incidente. É dirigido para comércios, serviços e indústrias.</li> </ul>
 <b>Porto Rico</b>	Patrimoniais	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Segurviaje Premium: oferece coberturas adicionais ao produto atual, como o cancelamento e interrupção da viagem em caso de hospitalização ou morte de um familiar próximo.</li> </ul>

PAÍS	RAMO	MODALIDADE DE PRODUTO/ SERVIÇO
 <b>República Dominicana</b>	Automóveis	– Trevo Mulher: produto especial para a mulher com assistência em automóvel, residência, fitness, medicina e pediatria e informática, e cobertura de câncer, cirurgia facial por acidente de trânsito, reposição de documentos por roubo, proteção viária, garantia mecânica e RC.
	Saúde	– Seguro de viagem que cobre os eventos ou emergências médicas não previstas fora do país de residência.
<b>ÁREA TERRITORIAL INTERNACIONAL</b>		
 <b>Filipinas</b>	Vida	– Kakampi MO: seguro de acidentes comercializado por meio de uma plataforma de telefonia celular.
 <b>Turquia</b>	Automóveis	– Auto Plaza: um seguro que cobre os veículos em exposição, além de riscos adicionais como o transporte e os testes.
		– Fuel-Oil Package Policy: um seguro que cobre os riscos da atividade comercial em um posto de gasolina.
	Patrimoniais	– Hotel Package: uma apólice que cobre os riscos das atividades comerciais nos hotéis. Os clientes e sus pertences também estão cobertos.

## Produtos e serviços de alto conteúdo social

[G4-4; FS1, FS3, FS7, FS13- FS15]

A MAPFRE desenvolve a cada ano produtos voltados especificamente a grupos de baixo nível de renda, sobretudo em países da América Latina, com o objetivo de gerar valor à sociedade favorecendo o acesso da população com menos recursos a produtos de seguro.

Trata-se de produtos com coberturas básicas (colheitas, funeral ou residencial, etc.) adaptadas às necessidades concretas de cada país e com prêmios reduzidos, que são distribuídos, sobretudo, através de canais não convencionais e que contribuem para prevenir e cobrir os riscos pessoais destes grupos e incentivam a cultura seguradora.

No quadro a seguir, são apresentados os principais seguros voltados especificamente para grupos com níveis limitados de renda:

PAÍS	RAMO	TIPO DE PRODUTO OU SERVIÇO	PORCENTAGEM SOBRE TOTAL DE PRÊMIOS	PORCENTAGEM SOBRE TOTAL RAMO	Nº DE SEGURADOS
<b>ÁREA TERRITORIAL IBÉRIA</b>					
 <b>Espanha</b>	Vida	– Falecimentos essencial: Baseado em uma tarifa natural adaptada aos clientes que querem conservar seu seguro de funeral mas que atravessam dificuldades econômicas.	2,8	2,8	272.370
<b>ÁREA TERRITORIAL LATAM</b>					
 <b>Brasil</b>	Vida	– BB Microseguro de proteção pessoal: Condições acessíveis com vantagens e benefícios, tais como a cobertura por morte acidental.	0,085%	0,26%	6.348
		– BB Seguro Vida Agricultura e Familiar.	0,567	3,59	523.278
		– Pró-Trabalho: Destinado ao segmento de convênios coletivos, com coberturas diferentes e exclusivas que tratam de atender uma população com baixo poder aquisitivo.	0,037%	0,11%	72.939
		– Seguro Prestamista Rural: seguro de vida por crédito rural.	0,004	0,08	3.964
		– Seguro Amparo Familiar: Como cobertura principal, o segurado pode escolher a ajuda funeral.	0,005	0,01	1.759
		– Fundo de Investimento MAPFRE Multimercado: fundo de Investimento com uma entrada inicial de R200,00.	-	-	483.532
 <b>México</b>	Automóveis	– Seguro Básico Padronizado para Automóveis da MAPFRE: está projetado especialmente para que qualquer automóvel conte com a proteção mínima necessária, que cobre os danos causados a terceiros nos seus bens ou pessoas, sem importar quem o maneje em caso de acidente.	-	-	97

PAÍS	RAMO	TIPO DE PRODUTO OU SERVIÇO	PORCENTAGEM SOBRE TOTAL DE PRÊMIOS	PORCENTAGEM SOBRE TOTAL RAMO	Nº DE SEGURADOS
 <b>Porto Rico</b>	Automóveis	– Auto Plus cobre a RC, morte e assistência em viagens por 36 dólares anuais. E a Apólice Trébol fornece cobertura para grandes danos unicamente por colisão desde um custo inferior a 200 dólares anuais.	0,03	0,1	487
	Automóveis	– Um produto que dá assistência em viagem imediata ao segurado, por apenas 45 dólares anuais para o primeiro veículo e 25 para os seguintes.	0,02	0,1	12.035
 <b>Rep. Dominicana</b>	Patrimoniais	– Programa de Assistência para empreendedores e PMEs clientes do Cartão de Crédito do Banco BHD Leon: Conjunto de serviços ou assistências ao negócio do segurado. Dentro dos serviços encontram-se Canalização, eletricidade, serralheria, assistência jurídica.	0,01	0,06	1.196
	Saúde	– Cobertura de Câncer Masculino para clientes do Cartão de Crédito do Banco BHD Leon. Cobertura que garante a entrega ao segurado do capital contratado, no caso de lhe ser diagnosticado um câncer de próstata pela primeira vez.	0,03	0,1	701
		– Assistências concedidas ao segurado por possuir o Cartão de Crédito Mulher do Banco BHD León. Dentro dos serviços encontram-se assistência residencial, em circulação e jurídica, emergências médicas em viagens nacionais e internacionais e assistente pessoal.	0,17	0,8	29.184

PAÍS	RAMO	TIPO DE PRODUTO OU SERVIÇO	PORCENTAGEM SOBRE TOTAL DE PRÊMIOS	PORCENTAGEM SOBRE TOTAL RAMO	Nº DE SEGURADOS
 Rep. Dominicana	Vida	– Cobertura de Seguro Educativo por falecimento do pai do aluno: Em virtude do falecimento ou invalidez total e permanente do segurado, a companhia pagará a soma segurada acordada ao centro educacional que certifique a matrícula dos filhos do segurado.	0,13	0,2	9.619
<b>ÁREA TERRITORIAL INTERNACIONAL</b>					
 Filipinas	Vida	– <i>Kakampi Insurance</i> : seguro renovável com cobertura de morte natural e acidental. Está projetado para um segmento populacional de baixa renda e, entre suas coberturas, inclui o serviço de assistência funerária.	0,01	0	395

## Produtos e serviços ambientais

[G4-4; EC2; EN12, EN27; FS1, FS3, FS8]

O compromisso da MAPFRE com a conservação do meio ambiente, o progresso da economia e a eficiência energética, e a vontade de enfrentar a mudança climática manifesta-se, dentre outras ações, na criação de produtos específicos oferecidos pela seguradora, tanto para projetos relacionados ao desenvolvimento sustentável como para a gestão do risco ambiental.

As ações ambientais dirigidas aos clientes podem ser agrupadas em três categorias:

– **Gestão do Risco Ambiental**, que inclui coberturas de danos, Responsabilidade Civil e Responsabilidade Ambiental; serviços para a identificação, análise, avaliação e controle de riscos; e revisão e acompanhamento da evolução dos riscos e de suas medidas corretivas.

– **Produtos de seguros para projetos sustentáveis de energias renováveis**, explorações florestais e ações relacionadas à eficiência e à economia energética.

– **Serviços que favorecem a proteção ambiental e a economia de recursos**, como as instalações de carga para veículos elétricos, a recuperação de peças de veículos, as reformas para proporcionar economia de energia, etc.

A tabela a seguir mostra as principais magnitudes dos produtos e serviços ambientais.

Produtos e Serviços ambientais		2015
Coberturas para riscos ambientais	nº de apólices	26.481
Seguros para projetos sustentáveis	Prêmios líquidos (€)	51.641.906
Serviços ambientais e de economia energética	Faturamento (€)	542.834

A seguir, detalham-se os principais seguros e serviços relacionados ao âmbito ambiental:

PAÍS	TIPO DE PRODUTO OU SERVIÇO	PORCENTAGEM SOBRE TOTAL DE PRÊMIOS	PORCENTAGEM SOBRE TOTAL RAMO	Nº DE SEGURADOS
<b>ÁREA TERRITORIAL IBÉRIA</b>				
● <b>Espanha</b>	– Apólice ecológica: Primeiro seguro de pagamento por uso para veículos elétricos, híbridos e ecológicos.	0,09	0,33	18.338
	– Seguro de Danos e Responsabilidade Civil: Produto destinado a centrais solares, fotovoltaicas, parques eólicos e instalações de cogeração.	0,05	0,5	1.394
	– Cobertura de Responsabilidade Ambiental em apólices de Responsabilidade Civil Geral: coberturas que amparam a responsabilidade do segurado pelos danos causados pela poluição ambiental.	0,03	0,26	1.084
● <b>Portugal</b>	– Responsabilidade ambiental: cobre o custo de reparação por acidente ou ameaça iminente, o dano às espécies e aos habitats silvestres, danos à água, danos ao solo.	0,18	4,53	271

PAÍS	TIPO DE PRODUTO OU SERVIÇO	PORCENTAGEM SOBRE TOTAL DE PRÊMIOS	PORCENTAGEM SOBRE TOTAL RAMO	Nº DE SEGURADOS
<b>ÁREA TERRITORIAL LATAM</b>				
● <b>Brasil</b>	– Responsabilidade Civil ambiental: Este seguro é contratado para um risco absoluto, ou seja, a companhia de seguros garante o pagamento de danos e prejuízos no valor do limite máximo de indenização indicado na apólice de seguro. Este seguro consiste em uma cobertura básica, o recrutamento obrigatório, e a cobertura adicional, aluguel opcional.	0,044	0,41	477
	– Retirada de Destroços: Apólice para embarcações de recreio e de aviação geral que oferece ao segurado indenização para recuperar os bens sinistrados e minimizar o dano ao meio ambiente.	4,033	38,16	2.093
	– Risco de petróleo: Cobre direta ou indiretamente os riscos relacionados com as atividades de prospecção, perfuração e/ou produção de petróleo ou gás.	0,355	3,36	8
● <b>México</b>	– Posto de gasolina seguro: seguro que inclui a cobertura de Responsabilidade Civil por poluição.	0,18	ND	2.038
<b>ÁREA TERRITORIAL INTERNACIONAL</b>				
● <b>Porto Rico</b>	– MCS-90: Apólice de transportes que proporciona cobertura para a reparação de danos por poluição derivada de vazamentos de produtos perigosos.	0,06	0,61	82
<b>NEGOCIOS GLOBALES</b>				
<b>GLOBAL RISKS</b>	<p>– Apólice de Danos e Responsabilidade Civil: Seguro que cobre as diferentes fases (projeto, construção, implementação e exploração) de grandes instalações de energias renováveis (termossolares e eólicas).</p> <p>Estes produto são comercializados por MAPFRE GLOBAL RISKS, MAPFRE RE e MAPFRE ASISTENCIA.</p>	3,01	23,8	69

Na próxima tabela, serão detalhados os principais indicadores da dimensão ambiental relacionados às soluções de seguros comercializadas. Nos casos de cosseguro, os indicadores contemplam apenas a participação correspondente à MAPFRE.

	Unidade	2015
Apólices de responsabilidade civil ambiental assinadas	nº	6.053
Instalações de energia eólica seguradas	MW	34.028
Aerogeradores segurados	nº	20.530
Explorações florestais sustentáveis	ha	18.842
Apólices Ecológicas Carros	nº	18.338

Em conjunto, em 2015 foram emitidas mais de 26.400 apólices com coberturas relacionadas a aspectos ambientais, que representam um volume de prêmios superior a 51 milhões de euros, o que representa 0.23 por 100 do volume total dos prêmios do Grupo.

No caso dos serviços ambientais e energéticos, alguns estão ligados diretamente a prestações de seguro, como o serviço de assistência com bicicletas elétricas implantado no Brasil para atender a pequenas avarias ou consertos mecânicos que não exijam o traslado do veículo. Outros estão relacionados com pesquisas sobre técnicas de reparação de veículos acidentados que realizam os Centros de Experimentación y Seguridad Vial (CESVI) da Espanha e América e que contribuem para a economia no consumo de recursos contaminantes, como tintas ou solventes, e para minimizar os impactos ambientais na atividade de reparação de veículos.

Em outros casos, esse tipo de serviço ambiental está diretamente relacionado a serviços a terceiros.

A CESVIMAP, através do CESVI RECAMBIOS, realiza a gestão dos veículos fora de uso. Em 2015, 3.247 veículos fora de uso foram tratados, dos quais um total de 105.620 peças e componentes foi recuperado para reutilização.

RECUPERAÇÃO DE PEÇAS DE VEÍCULOS			
	Unidade	2015	2014
Veículos fora de uso (VFU) tratados	ud	3.247	3.086
Peças de VFU recuperadas	ud	105.620	73.282

Os serviços ambientais oferecidos pela MULTIMAP são destinados, principalmente, à economia e à eficiência energética. Essa empresa instala pontos de recarga para veículos elétricos que podem ser instalados em garagens de casas unifamiliares ou em estacionamentos da vizinhança, proporcionando serviços integrais de eficiência e economia

energética nos edifícios e nas instalações. Igualmente, realiza atuações de economia energética através da instalação de tecnologia LED, pontos de recarga para veículos elétricos e otimização de cercos de edifícios por renovação da carpintaria exterior. Com isso, houve um volume de negócios de €542.834 em serviços ambientais.

## Canais de comunicação com o cliente

### [G4-FS5]

A MAPFRE aposta no desenvolvimento da omnicanalidade para permitir ao cliente escolher a cada momento a via de relação com a empresa.

A comunicação entre a MAPFRE e seus clientes se dá por meio dos seguintes canais:

A Rede própria de distribuição do Grupo, integrada por 5.848 escritórios próprios em todo o mundo, dos quais 3.073 encontravam-se na Espanha, 2.331 na América Latina e 444 em Internacional, que facilitam um atendimento pessoal e direto através de 80.330 delegados, agentes e corretores (14.973 na Espanha, 12.300 no México, cerca de 7.200 nos Estados Unidos e mais de 23.000 no Brasil). Em 2015, avançou-se no fortalecimento da rede comercial e seu alto grau de maturidade e maior nível de especialização melhora a capacidade de assessoramento ao cliente, sobretudo nos produtos mais complexos.

Agências bancárias (total de 8.932, dentre elas 3.330 localizadas na Espanha, 5.424 no Brasil e 178 na República Dominicana) das entidades com as quais o Grupo tem acordos para a comercialização de seus produtos. Durante 2015, deu-se continuidade à potencialização da distribuição através dos escritórios bancários dentro do marco estabelecido nos acordos com os sócios.

Pessoal altamente qualificado para dar resposta aos clientes que requerem um atendimento especializado (indústrias e grandes riscos industriais, setor agrário, produtos de economia, etc.) e especialistas experientes com amplo treinamento e conhecimento dos diferentes mercados.

Portal MAPFRE e Agência MAPFRE Internet: por meio dos sites da MAPFRE nos diferentes países, os clientes podem, entre outras ações, contratar determinados produtos, consultar suas apólices, notificar sinistros, alterar dados pessoais ou bancários,

pedir duplicatas de documentos, consultar comunicações ou avisos de cobrança.

Em 2015, foram implementadas diferentes iniciativas para desenvolver a venda online em todo o mundo. Além da VERTI (que reafirma sua liderança na Espanha, o canal online é uma via de acesso ao Grupo para diferentes perfis de clientes) é importante destacar a aposta internacional, que foi reforçada com a integração do DIRECT LINE Itália e Alemanha, operação chave na estratégia de distribuição digital.



MAPFRE e seus Clientes. Sede Linha direta na Alemanha

Os Contact Centers oferecem um atendimento permanente 24 horas todos os dias do ano e permitem aos clientes a realização de consultas e gestões relacionadas com suas apólices e/ou e serviços contratados. Em 2015, os Contact Centers MAPFRE gerenciaram mais de 100 milhões de contatos e 30 milhões de transações em todo o mundo.

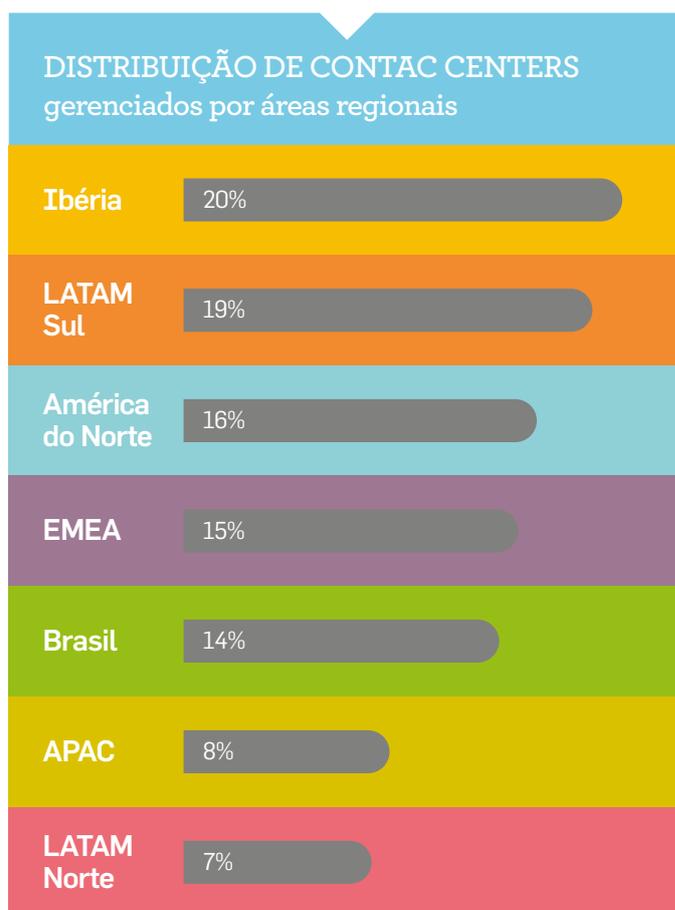
A MAPFRE conta com 61 Contact Centers e com um total de 5.933 posições. 50 por 100 dos Contact Centers encontram-se nas Áreas Regionais de EMEA e de Latam Sul e 72 por 100 destes são de MAPFRE ASISTENCIA. Nos 61 Contact Centers trabalham 7.436 agentes Full Time Equivalent (FTE) principalmente nas Áreas Regionais de Brasil, Latam Sul e América do Norte.

Trimestralmente, realiza-se um relatório sobre a operação dos Contact Centers, analisando, dentre outros indicadores estratégicos, o número de contatos realizados, os diferentes canais de comunicação com o cliente, o percentual de agentes próprios que desenvolvem a sua atividade nestes centros ou os tempos de espera.

No encerramento de 2015 são observados os seguintes parâmetros:

- Os volumes de atividade mostram uma leve diminuição de transações e um aumento de contatos com relação ao ano anterior.
- 96 por 100 dos contatos procede de ligações telefônicas entrantes (50 por 100) e de ligações de saída (46 por 100).
- Os principais canais não telefônicos de que os Contact Center dispõem são o e-mail (87 por 100) e o fax (64 por 100).
- As assistências representam 52 por 100 das transações.

#### Distribuição de Contac Centers gerenciados por áreas regionais



2015 foi o primeiro ano de um projeto tri-anual, denominado Digital Dispatch, que pretende melhorar substancialmente a eficiência nos Contact Centers, bem como a qualidade na entrega dos serviços aos clientes. Digital Dispatch deve fornecer de forma automática (sem intervenção humana e livre de erros) os requerimentos de serviço à rede internacional de fornecedores. Deste modo, e assim que forem conhecidas as necessidades de serviço dos clientes, o sistema encarrega-se da solicitação do serviço aos fornecedores, selecionando o mais próximo por localização GPS ou o mais adequado (de acordo com as regras de negócio habilitadas), realizando esta transação num período de tempo mais curto do que se tivesse sido executado com a intervenção de um agente.

Para o triênio 2015- 2017 foram fixados vários objetivos percentuais de Digital Dispatch, para conseguir que em 2018 mais de 50 por 100 das solicitações de prestações de serviços aos fornecedores sejam realizadas de forma "automática".

Por último, foi implementado um projeto de Gamification denominado BEYONDtheMAPFREgame, do qual participam todos os Diretores de Contact Center e que, em 2016, abrangerá 30 por 100 dos agentes dos Contact Centers em âmbito mundial. Este projeto participou no *Gamification World Congress*, celebrado em Barcelona em novembro de 2015.



Redes Sociais, as quais permitem, dentre outras funcionalidades, realizar consultas e acessar as plataformas de resolução de dúvidas e/ou incidentes. Durante este anos continuou o desenvolvimento da estratégia de redes sociais, definindo processos específicos de atendimento ao cliente para cada região e tipo de rede social. No âmbito deste avanço, conseguiu-se dispor de perfis das diferentes redes numa grande quantidade dos países nos quais o Grupo atua. No ano de 2015, foram administradas mais de 323.000 consultas através destes canais.

## Qualidade na MAPFRE

[G4-PR5]

### OBSERVATÓRIO DE QUALIDADE MAPFRE

Para a MAPFRE, um objetivo primordial é garantir a qualidade dos produtos que oferece. Para tal, e com a finalidade de avaliar a qualidade percebida pelos clientes, durante o ano de 2015 foi definido no âmbito de uma iniciativa corporativa, o Modelo Global de Medição da Experiência do Cliente MAPFRE. Para este efeito, criou-se o Observatório de Qualidade MAPFRE, encarregado de realizar todas as medições de qualidade percebida e entregue, através de pesquisas aos clientes.

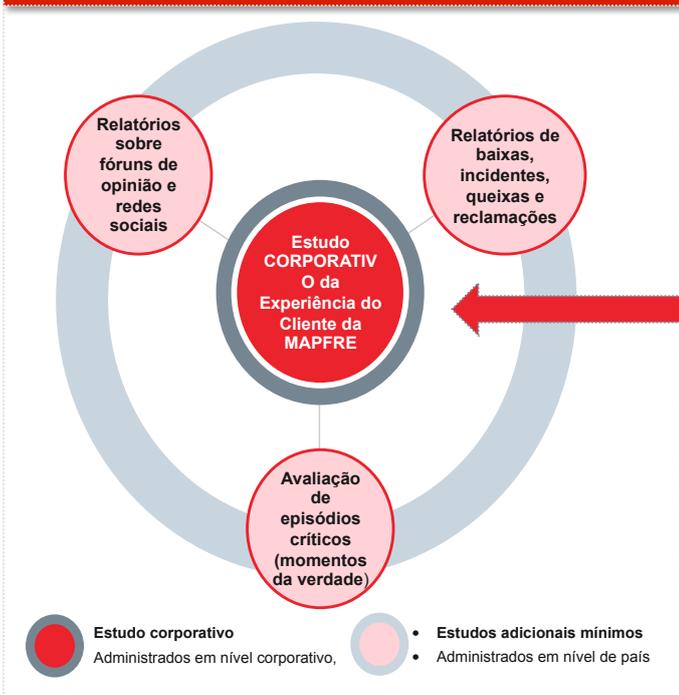
Com esta iniciativa se pretende:

- Conhecer de forma constante e com uma metodologia consistente o nível de satisfação do cliente nos diferentes países e negócios.
- Identificar os aspectos que mais têm impacto na Experiência do Cliente, com o objetivo de melhorá-la.
- Dotar os países de uma ferramenta que lhes ajude a definir e implementar ações atribuindo o nível de prioridade mais adequado.
- Estabelecer metas de melhoria e aspirar a ser referência em Experiência Cliente, em todos os países e ramos.

O Observatório de Qualidade MAPFRE medirá a experiência do cliente em todos os países nos quais a companhia atua, cobrindo todos os ramos de seguro e serviços de assistência, com uma periodicidade semestral, através da análise do indicador Net Promoter Score (NPS®), avaliando a satisfação e os pontos críticos de contato com o cliente. A seguir, serão realizadas recomendações sobre as principais áreas de melhoria:

Os relatórios do Observatório de Qualidade proporcionarão dados sobre o nível de Experiência do Cliente, que ajudarão a tomar decisões para as diferentes áreas de negócio da MAPFRE, tendo o cliente sempre como foco.

## MODELO GLOBAL DE MENSURAÇÃO DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE



### OBSERVATÓRIO DE QUALIDADE MAPFRE

#### Estudo Corporativo da Experiência do Cliente da MAPFRE



- **Qualidade percebida pelos clientes**
  - NPS e causas-raiz
  - Nível de satisfação em episódios críticos
  - Valor econômico da experiência do cliente
  - Comparação com concorrentes
- Pesquisas telefônicas\* a clientes da MAPFRE e Concorrentes
- Relatório **semestral**

**Realizado com base no Corporativo**

A metodologia escolhida para o estudo corporativo de Experiência do Cliente é o NPS® (Net Promoter Score), um indicador para medir a lealdade do cliente. O NPS® baseia-se na pergunta:

***Em uma escala de 0 a 10, onde 0 equivale a Nada provável e 10 equivale a Muito provável, qual é a probabilidade de que você recomendasse a MAPFRE para um amigo ou familiar?***



A primeira onda de medição abarca 8 países e 11 ramos, com um volume próximo de 35 por 100 do total de prêmios do Grupo. Em 2016, o Observatório de Qualidade da MAPFRE realizará duas ondas de medição do NPS®, que alcançaram um volume de prêmios de cerca de 60 por 100.

A MAPFRE tem 307 funcionários trabalhando no acompanhamento e no controle da qualidade em todo o mundo, sendo que diversas empresas possuem certificações de qualidade, cuja renovação exige a manutenção de padrões elevados no serviço prestado aos clientes.

A seguir, serão detalhadas as principais certificações de qualidade do Grupo:

CERTIFICAÇÕES	PAÍS
ISO 9001:2008	Espanha, Brasil, Colômbia, Nicarágua, Turquia
Selo de Qualidade da associação portuguesa de contact centers (APCC)	Portugal
Certificado PROBARE	Brasil

## Fidelização na MAPFRE

[G4-PR5]

A MAPFRE realiza diferentes programas de fidelização e venda cruzada que incluem promoções, descontos e ofertas exclusivas e beneficiam mais de 6,5 milhões de sócios em todo o mundo.

Em 2015 foi desenvolvido o projeto Experiência Cliente, com o objetivo de estabelecer uma metodologia de trabalho constante no tempo que permita escutar os clientes em cada um dos canais de contato e em cada interação que tenha com a MAPFRE.

Deste modo, será possível medir este contato com a informação analítica que a companhia tem e, com tudo isso, poder atuar em três linhas:

- Orientar os processos, operações e serviços e ferramentas em função do que o cliente percebe e expressa.
- Atuar com os clientes de forma proativa, potencializando clientes promotores da companhia.
- Desenvolver ações que propiciem a interação dos clientes, aumentando sua fidelização.

Entre as atuações realizadas em 2015, encontram-se, entre outras, o desenvolvimento de diferentes aplicações destinadas a uma gestão mais específica da relação com os clientes através de qualquer canal.

### OUTRAS ATUAÇÕES

En 2015 también se han realizado las siguientes actuaciones:

- Programas de fidelização como teCuidamos na Espanha, o CLUB MAPFRE no Brasil e o "Loyalty Card Program" em Malta, que oferecem descontos nos seguros e preços especiais em determinados serviços que prestam entidades que colaboram com o Grupo ou com as quais se têm acordos. Trata-se de programas gratuitos de benefícios criados para premiar a fidelidade e confiança de todos os clientes da MAPFRE.
- Análise da informação sobre clientes e aplicação a modelos analíticos.
- Personalização dos avisos de renovação de apólices.



## Reclamações e queixas

[G4-2; PR4, PR8, PR9]

A MAPFRE promove que seus clientes, em qualquer país do mundo no qual atue em seguro direto, disponham de uma base interna para a defesa extrajudicial de seus direitos derivados de seus contratos, e vela por preservar sua confiança cumprindo o compromisso de proporcionar-lhes o melhor atendimento, promovendo a implementação interna de órgãos de proteção de seus direitos. Neste sentido, atualmente o Grupo conta na Espanha com a Comissão de Defesa do Segurado, instituição pioneira criada em 1984, e a Diretoria de Reclamações desde 2004. Do mesmo modo, o Brasil, México, Chile, República Dominicana, Honduras, Nicarágua, Argentina, Chile, Peru, Estados Unidos, Turquia, Malta e Filipinas contam com órgãos de proteção ao cliente.

Durante o exercício de 2015, continuou-se a cumprir o compromisso assumido para a proteção dos direitos dos usuários dos serviços financeiros do Grupo, por meio do estabelecimento de uma atuação global no tratamento da informação das reclamações e queixas dos clientes, respeitando sempre as particularidades dos negócios locais e em conformidade com os seguintes objetivos:



### INDIVIDUAL

Fornecer ao cliente um procedimento extrajudicial gratuito, voluntário, ágil, simples e breve, com o objetivo de atender, tratar e resolver as queixas e reclamações quando, em seu entender, a empresa não satisfaz as suas pretensões.

Proporcionar, nas apólices, informações sobre esse procedimento, assim como na página de cada país. Esse procedimento extrajudicial não impede o direito dos clientes de realizar as ações previstas em lei, tanto as judiciais quanto as administrativas.

Implantar, se for o caso, a instituição do Defensor do Segurado, de acordo com as normas locais de cada país, para conhecer e resolver as reclamações promovidas pelos tomadores, segurados ou beneficiários de apólices de seguros, bem como dos participantes ou beneficiários de planos de aposentadoria promovidos, administrados ou depositados na MAPFRE e os proprietários de direito de todos eles.

### GRUPO

Preservar a confiança dos clientes no funcionamento e na capacidade das entidades da MAPFRE com as quais tiverem contratado produtos. Para isso, os Departamentos de Reclamações e, se for o caso, o Defensor do Segurado emitirão anualmente critérios gerais de ação e recomendações, respectivamente, extraídos de sua experiência no atendimento de reclamações e queixas, a fim de diminuir a quantidade e melhorar o serviço.



## PRINCÍPIOS DIRETORES DA POLÍTICA GLOBAL DE GESTÃO DE RECLAMAÇÕES E QUEIXAS

Possui um Departamento de Reclamação em cada país onde a MAPFRE tem operações de seguro direto e cujas competências e ações estejam contidas em um Regulamento de Solução de Conflitos entre as Sociedades do GRUPO MAPFRE e os Usuarios dos Servicios Financieros prestados pela companhia

Separação do Departamento de Reclamações dos demais serviços comerciais ou operacionais da organização

Implementação opcional de um Defensor do Segurado

Emissão de Critérios Gerais de Atuação e Recomendações que visam reduzir o número de reclamações e queixas, e aperfeiçoar o atendimento aos clientes

Divulgação da existência de procedimento extrajudicial para solucionar conflitos e o do Departamento de Reclamações

Os documentos emitidos sobre a rejeição de um sinistro, prestação ou outra circunstância proveniente do contrato de seguro conterão informações sobre o direito de reclamação entre as Sociedades

Informações anuais para o Conselho de Administração da entidade ou órgão de governança equivalente, bem como informações periódicas relativas às ações do Departamento de Reclamações

Informações baseadas no gerenciamento de reclamações e queixas no mundo todo

**Dados importantes de queixas e reclamações recebidas e tratadas em 2015 nos países nos quais a MAPFRE opera em seguro direto**

ÁREA		PAÍSES COM SEGURO DIRETO	ÓRGÃOS DE PROTEÇÃO AO CLIENTE		RECLAMAÇÕES E QUEIXAS 12/2015 SEGURO DIRETO, ASSISTENCIA E GLOBAL RISKS													
Territorial	Regional				VOLUME				RESOLVIDAS / SINAIS					PENDENTES 12/2015				
					RECEBIDAS		PENDENTES 12/2014	TOTAL										
					DR O SAC	DEFENSOR			Aceitas	Não aceitas	Estimadas	Desestimadas	Outros		Não aceitas	TOTAL		
Ibéria		● ● ● Espanha	DR (1) ✓ ✓		7.289	1.724	340	9.353	2.737	3.924	760	1.724	9.145	341				
			CG (2) ✓		260	22	0	282	70	132	29	22	253	29				
		● ● ● Portugal			774	0	0	774	152	619	0	0	771	3				
Ibéria (2 países)			1 ✓ 1 NÃO	1 ✓ 1 NÃO	8.323	1.746	340	10.409	2.959	4.675	789	1.746	10.169	373				
LATAM		● ● ● BRASIL (1 país)	1 ✓	1 ✓	32.615	2.334	336	35.285	16.964	14.984	658	2.334	34.940	225				
		NORTE	● ● ● México	✓	✓	8.027	859	209	9.095	3.589	3.847	0	859	8.295	355			
			● ● ● Panamá			118	0	3	121	17	39	3	0	59	3			
			● ● ● Rep. Dominicana	✓		36	1	0	37	34	1	0	1	36	2			
			● ● ● El Salvador			11	0	0	11	11	0	0	0	11	0			
			● ● ● Costa Rica												S/D			
			● ● ● Guatemala												S/D			
			● ● ● Honduras	✓		24	1	0	25	4	20	0	1	25	0			
			● ● ● Nicarágua		✓	21	1	0	22	19	1	2	1	23	0			
		LATAM Norte (8 países)		3 ✓ 5 NÃO	2 ✓ 6 NÃO	8.237	862	212	9.311	3.674	3.908	5	862	8.449	360			
		SUR	● ● ● Venezuela	✓	✓	4.211	288	28	4.508	3.725	755	214	269	4.963	4.480			
			● ● ● Colômbia	✓	✓	15.612	0	261	15.873	15.612	0	0	0	15.612	118			
			● ● ● Argentina	✓	✓	553	0	59	612	530	0	0	0	530	23			
			● ● ● Chile		✓	466	4	0	470	230	181	40	4	455	19			
			● ● ● Peru	✓	✓	1.106	0	46	1.152	659	448	0	0	1.107	45			
			● ● ● Uruguai												S/D			
			● ● ● Paraguai			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
● ● ● Ecuador				135	25	0	160	120	0	0	25	145	0					
LATAM Sul (8 países)		4 ✓ 6 NÃO	5 ✓ 5 NÃO	22.083	298	394	22.615	20.876	1.384	254	298	22.812	4.685					
LATAM (17 países)			6 ✓ 11 NÃO	6 ✓ 11 NÃO	62.935	3.494	942	67.211	41.514	20.276	917	3.494	66.201	5.270				
INTERNA-CIONAL	AMÉRICA DO NORTE	● ● ● EUA.	✓	✓	457	0	5	462	87	370	0	0	457	3				
		● ● ● Porto Rico			14	12	0	26	14	12	0	12	38	0				
	América do Norte (2 países)		1 ✓ 1 NÃO	1 ✓ 1 NÃO	471	12	5	488	101	382	0	12	495	3				
	EMEA	● ● ● Turquia	✓		6.682	0	122	6.804	1.360	4.957	0	0	6.317	373				
		● ● ● Malta	✓		32	0	0	32	9	22	0	0	31	2				
	EMEA (2 países)		2 ✓	2 NÃO	4.979	0	122	6.836	1.369	4.979	0	0	6.317	375				
	APAC	● ● ● Filipinas	✓	✓	54	0	0	54	54	0	0	0	54	3				
● ● ● Indonésia													S/D					
APAC (2 países)		1 ✓ 1 NÃO	1 ✓ 1 NÃO	54	0	0	54	54	0	0	0	54	3					
INTERNACIONAL (6 países)			4 ✓ 2 NÃO	2 ✓ 4 NÃO	7.239	12	127	7.378	1.524	5.361	0	12	6.897	381				
TOTAL DE PAÍSES COM SEGURO DIRETO: 25			11 ✓ 14 NÃO	9 ✓ 16 NÃO	78.497	5.252	1.409	84.998	45.997	30.582	1.706	5.252	83.267	6.024				
								%S/Aceitas e Pendentes. A/A			% S/Não aceitas		%S/Vol aceitas					
								57,6%			38,3%		2,14%		100%		97,9%	

LEGENDA:

● Seguro Direto ● ASSISTENCIA ● GLOBAL RISKS ✓ Dispõe S/D Sem dados

(1) DR Grupo: Competência sobre Sociedades principais e filiais

(2) CG: Agência de Tramitação de Reclamações (OTR) da Verti

Algumas ações que a Diretoria de Reclamações na Espanha realiza são exemplos da política de proteção dos direitos dos clientes, entre as quais se destacam:

- **RECOMENDAÇÕES E CRITÉRIOS GERAIS DE ATUAÇÃO** emitidos para melhorar o relacionamento com os clientes, com base nos argumentos alegados nas queixas e reclamações resolvidas, e posterior implementação e supervisão.
- **PESQUISAS DE SATISFAÇÃO QUE FORNECEM INFORMAÇÕES** sobre o grau de satisfação dos clientes que compareceram ao procedimento de reclamações e queixas e arbitrar melhorias nos diferentes processos de atendimento.
- **REDUÇÃO DO TEMPO DE RESPOSTA ÀS RECLAMAÇÕES E QUEIXAS** que os clientes apresentam implementando soluções tecnológicas que favorecem a gestão documental.
- **RELATÓRIOS SOBRE ASPECTOS ESPECÍFICOS DA SUA INFLUÊNCIA NO NEGÓCIO**, como, por exemplo, o impacto das reclamações e queixas em rescisões de contratos, tempos médios de resolução por centro de gestão ou o acompanhamento das reclamações e queixas não admitidas a processamento.

Durante o exercício de 2015, realizou-se o processo de implementação das recomendações que a Comissão de Defesa do Segurado emitiu sobre o exercício de 2014, que geraram por sua vez diferentes ações que ao longo do exercício foram sendo abordadas pelas áreas correspondentes.

MOTIVO	RECOMENDAÇÃO 2014	AÇÃO PROPOSTA 2015
FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assessorar a rede comercial e especialmente os operadores de seguros bancários, sobre como se deve avaliar a soma assegurada, independentemente do montante do empréstimo hipotecário.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lembrar que se deverá ter presente a referida recomendação na comercialização de novos produtos com as mesmas características.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assessorar a rede comercial e especialmente os operadores de seguros bancários, sobre como se deve avaliar a soma assegurada, independentemente do montante do empréstimo hipotecário.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reforçar o treinamento da rede comercial sobre este aspecto, levando em consideração que o valor do solo não deve ser incluído na soma assegurada e garantir uma informação adequada ao cliente.</li> </ul>
REDAÇÃO DO CONTRATO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Modificar conceitos ou sua configuração, como os de conduções privativas ou joias e numerário, nas Condições Particulares das apólices Residenciais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Captar mais precisamente os termos que definem a cobertura ou não das questões recomendadas e, uma vez delimitados, modificar a redação das condições correspondentes.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incluir nas Condições Gerais dos contratos uma menção ao princípio legal da indivisibilidade do prêmio, para favorecer a compreensão deste pelos clientes, estabelecendo no próprio contrato que o prêmio não é parcialmente reintegrável.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adequar as somas seguradas nos seguros de Residência com cessão de direitos a favor de credores hipotecários, de forma que não incluam valores não asseguráveis, como o valor do solo ou seu valor comercial.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Expressar com clareza os prazos em que as rendas são pagas e quando elas começam a render, tratando-se de conceitos distintos, nos seguros de Renda Vitalícia.</li> </ul>	
INTERPRETAÇÃO DO CONTRATO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar análises de viabilidade jurídica mais rigorosas nas provisões de Defesa Jurídica, assim como definir com mais precisão conceitos como o de reclamações por culpa extracontratual amparadas ou gastos imputáveis à soma segurada da garantia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar as averiguações que sejam necessárias para determinar a natureza da atividade a realizar, incluindo um relatório jurídico que a certifique, assim como confirmar com a Área Técnica o alcance que, para a cobertura de Defesa Jurídica, se pretende outorgar nas apólices Residências.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Restringir a interpretação do que se considera cessação de atividade profissional nas apólices de Incapacidade Temporal Total.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprovar fidedignamente a cessação da atividade laboral ou profissional dos trabalhadores autônomos.</li> </ul>

MOTIVO	RECOMENDAÇÃO 2014	AÇÃO PROPOSTA 2015
 <b>PROCEDIMENTOS DE GESTÃO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Melhorar as comunicações por escrito com os clientes e, particularmente, os textos de rejeição de sinistro, de forma que fiquem mais precisos e contêmham informações mais completas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Transferir aos clientes a informação precisa da forma mais completa possível e dar resposta a todas as questões suscitadas no sinistro ou serviço prestado, refletindo com clareza, nos escritos remetidos, os motivos que informem a decisão da entidade.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Exigir máximo rigor técnico aos peritos e investigadores nos relatórios que vão fundamentar as decisões adotadas pela entidade, especialmente quando estas limitem ou reduzam as pretensões dos segurados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Instruir a rede de peritos a fim de reforçar a importância de informar e documentar relatórios de perícia técnica, com foco em esclarecer as questões específicas, evitar suposições e comparar dados.</li> </ul>

A Comissão de Defesa do Segurado da MAPFRE na sua Memória Anual 2015 formulou, entre outras, as seguintes recomendações para melhorar a qualidade do serviço aos clientes, extraídas das resoluções que emitiu:

- Rever o conteúdo do texto dos contratos de seguros residenciais, no que diz respeito à regulamentação das joias e numerário, objetos de valor especial, conceito de acidentes e bricolagem.
- Vigiar que as mudanças nos critérios de gerenciamento de seguros de automóveis não violam os acordos firmados com os clientes e são plenamente conhecidos pela Rede.
- Melhorar a informação disponibilizada aos futuros clientes de outras nacionalidades sobre o alcance do seguro de automóveis nos seus respetivos países.
- Documentar e informar com rigor os clientes em relação às causas de inviabilidade nas reclamações de danos de automóveis.

- Reforçar o conteúdo técnico dos relatórios médicos que servem de base para as decisões em matéria prestações para os clientes.
- Estudar a ampliação dos serviços médicos acordados nas zonas em que não existe cobertura suficiente, ou um critério de compensação das possíveis carências.
- Ter bastante precaução em relação ao que deve ser considerado uma ocultação fraudulenta nos questionários de saúde, evitando interpretações que careçam de prova suficiente.
- Avaliar a possibilidade de introduzir as uniões de facto como beneficiários genéricos nos seguros de vida, de forma similar aos cônjuges.

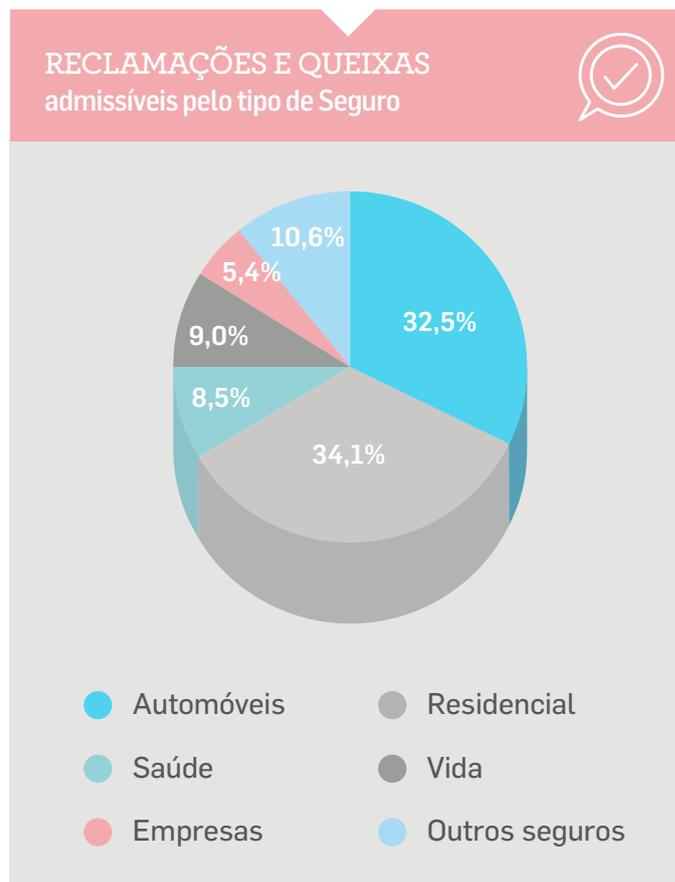
## Critérios gerais de ação

Fruto da atividade realizada, a Diretoria de Reclamações estabeleceu em seu Relatório Anual de 2015, entre outros, os critérios gerais de atuação que visam reduzir o número de reclamações e queixas dos usuários e incidir no correto desenvolvimento dos procedimentos de gestão:

- Melhorar a coordenação e comunicação entre as diferentes áreas e departamentos, dando uma atenção integral ao cliente em consideração à sua posição dentro do Grupo, quando solicita a cobertura de um sinistro concreto, e avaliar se este poderia estar amparado por uma garantia diferente incluída na apólice, ou inclusive por uma apólice de um ramo diferente.
- Insistir na necessidade de facilitar aos clientes, nas comunicações que lhes sejam dirigidas, a informação motivada e pertinente ao caso de que se trate, evitando proporcioná-la de forma incompleta ou errônea e gerar expectativas incertas.
- Respeitar sempre o procedimento regulamentado contido na OM ECO/734/2004, de 11 de março, e o Regulamento para a Defesa do Cliente, garantindo os direitos do Segurado e observando o cumprimento das obrigações da entidade.
- Reservar o procedimento de peritos terceirizados, contemplado no art. 38 LCS, para suposições que cumprem uma função efetiva, oferecendo este aos clientes quando surgirem discrepâncias de natureza técnica.
- Avaliar adequadamente a pretensão do cliente quando se discute a possível culpa ou negligência na prestação do serviço por parte de profissionais designados pela entidade, gerenciando o sinistro pela garantia de responsabilidade civil do profissional, à margem da garantia de defesa jurídica.
- Exigir o máximo rigor técnico aos médicos colaboradores nos seguros de incapacidade temporária total, no momento de emitir o relatório de alta médica, avaliando se o cliente está ou não capacitado para exercer, em condições adequadas, a atividade profissional que desenvolvia no momento da ocorrência do acidente invalidante.
- Melhorar, nos seguros de vida, a fundamentação das cartas de rejeição, evitando utilizar frases genéricas e concretizar, com base na documentação médica fornecida pelo cliente, as patologias ou circunstâncias médicas nas quais a entidade fundamenta a rejeição do sinistro nos casos de ocultações ou doenças preexistentes.

Os critérios gerais de ação citados, após aprovados pelos órgãos de diretoria, foram informados às respectivas unidades para análise e avaliação de implementação como um instrumento destinado principalmente a melhorar o serviço aos clientes e usuários.

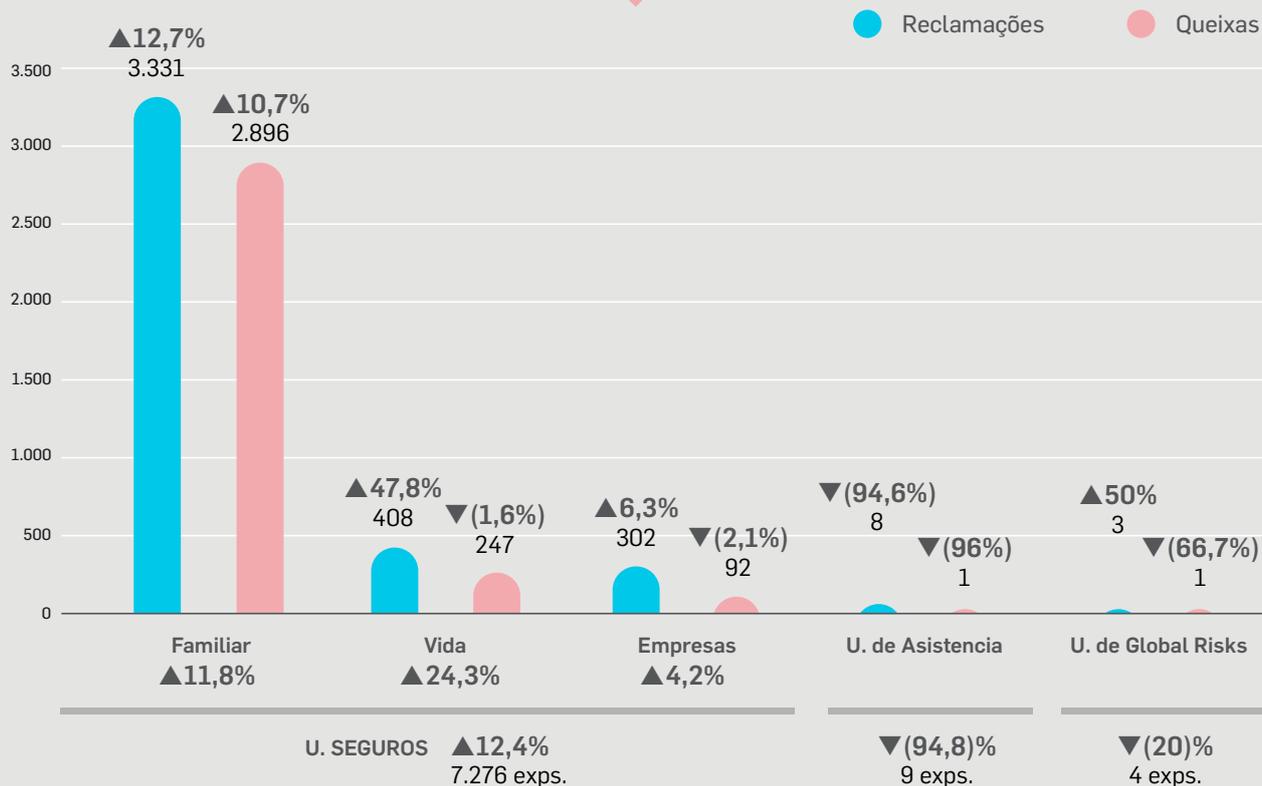
As recomendações e critérios referidos foram extraídos das reclamações e queixas processadas no exercício de 2015, ano no qual a Diretoria de Reclamações recebeu 9.013 escritos. Destes, foram admitidos 7.289 para processamento, tendo sido consideradas 4.052 reclamações com pretensões concretas de conteúdo econômico e 3.237 queixas relativas a incidentes no processamento das prestações ou emissão/contratação.



No fechamento do exercício de 2015, estimou-se em 29,9 por 100 as reclamações e queixas admitidas para processamento, sendo desestimados 42,9 por 100 e concedidas outras soluções em 8,3 por 100 dos casos (alternativa pericial, conhecimento do trâmite iniciado pelo demandante, processo judicial ou administrativo, retirada da queixa pelo demandante, etc.).

## RECLAMAÇÕES E QUEIXAS admissíveis

▲ **9,5%**  
7.289 exps.



Além disso, não puderam ser aceitas para trâmite porque não cumpriam os requisitos previstos em lei, 1.724 textos, por meio dos quais se informou os respectivos usuários dessa circunstância de forma motivada, lembrando-os do seu direito de retificar essa deficiência no prazo de 10 dias e informando-os de que, caso contrário, o expediente será arquivado definitivamente.

## RECLAMAÇÕES E QUEIXAS



### VOLUME

TOTAL: **9.486**

1.724 340 133

7.289

### RESOLVIDAS

TOTAL: **9.145**

1.724 760

3.924

2.737

0 1.000 2.000 3.000 4.000 5.000 6.000 7.000 8.000 9.000

■ Não aceitas ■ Em aberto AA ■ Continuadas ■ Aceitas PE ■ Outras soluções ■ Não estimadas ■ Estimadas

TAXAS DE RESOLUÇÃO: **96,4%**

Foi melhorado o atendimento aos clientes ao se reduzir em 3 dias o tempo médio de resolução, em relação ao exercício anterior, situando-se em 13,6 dias (período de rotação), sobre um máximo de 60 dias permitido legalmente.

## Segurança

### PROTEÇÃO DE DADOS E SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

A MAPFRE tem como prioridade absoluta a privacidade e a proteção dos dados de carácter pessoal, considerando estes aspectos como elementos essenciais que devem ser perseguidos de forma proativa, não somente com o objetivo de cumprir as normativas aplicáveis, como também corresponder justamente à confiança depositada pelos clientes, fornecedores, colaboradores, funcionários e restantes grupos de interesse.

O avanço da digitalização veio acompanhado de um aumento de ameaças cibernéticas e da consequente proliferação de incidentes de segurança e privacidade sofridos pelas empresas. Este cenário obriga a MAPFRE a prestar especial atenção à proteção da confidencialidade da informação

armazenada nos sistemas de informação corporativos, atuando de forma diligente na prevenção de fugas de informação e na detecção e resposta contra tentativas de acesso não autorizadas através do ciberespaço. Para isso, a MAPFRE conta com:

- Um Centro de Controle Geral (CCG-CERT), que permite à MAPFRE realizar um monitoramento contínuo (24x7x365) tanto da informação armazenadas em sua plataforma tecnológica como de toda a informação de sua propriedade que possa estar acessível em sistemas de terceiros, o que possibilita tanto a prevenção de fugas de informação, como a detecção precoce dos Ataques Cibernéticos e a resposta ágil contra estes.

- Pessoal certificado com especialização muito alta em matéria de CiberSegurança, responsável por identificar, definir, projetar, implantar e operar as ferramentas tecnológicas destinadas a proteger os ativos digitais da companhia.

- Metodologias, procedimentos e profissionais especialistas que permitem incorporar os requisitos de segurança e privacidade nos novos Sistemas de Informação e processos implementados pela companhia, contemplando todo o ciclo de vida e comprovando a correta implementação

dos requisitos mencionados. Neste sentido, em 2015 se começou o desenvolvimento dos conceitos de privacidade por padrão e a privacidade a partir do projeto, tratando de antecipar os requisitos regulatórios que se prevê que sejam de cumprimento obrigatório com a entrada em vigor do Futuro Regulamento Europeu de Proteção de Dados.

Para articular e coordenar as atuações realizadas em matéria de privacidade, a MAPFRE dispõe de um DPO (Data Protection Officer) Corporativo e de uma Área específica dentro da Diretoria Corporativa de Segurança e Meio Ambiente. Além disso, ao longo de 2015 e também dentro da estrutura organizacional responsável pela privacidade, conseguiu-se avançar na implementação do Órgão Corporativo de Privacidade e Proteção de Dados (OCPPD), cuja missão é ser o ponto de referência de todas as atividades relacionadas com a Privacidade e a Proteção de Dados no Grupo MAPFRE proporcionando, para o interior e o exterior da organização, uma visão única e global sobre a matéria e fomentando a homogeneidade de todos os pr

### 4.3. A MAPFRE E SEUS ACIONISTAS

Este capítulo mostra a forma como a MAPFRE se relaciona com seus acionistas e investidores, tanto particulares como institucionais, e com os mercados financeiros. Os compromissos adquiridos neste sentido ficaram estabelecidos através de políticas corporativas específicas, como a política de dividendos, a política de ações de tesouraria, a política de comunicação com acionistas, investidores institucionais e assessores de voto e a política de Responsabilidade Social Corporativa da MAPFRE. Essas políticas foram aprovadas pelo Conselho de Administração em 23 de julho de 2015 e publicadas no site corporativo.

A MAPFRE considera que a relação com os acionistas e os investidores deve estar baseada na confiança, na comunicação e na equidade, e se compromete a promover a participação dos acionistas nas assembleias gerais.

O comportamento como empresa cotizada em favor do desenvolvimento sustentável e do respeito dos Direitos Humanos foi reconhecido com a inclusão no ano de 2006 nos índices FTSE4Good e FTSE4Good IBEX. Além disso, em 2015 o Driving Sustainable Economies (CDP ) reconheceu o Grupo MAPFRE como companhia líder a nível mundial em atuação contra a mudança climática, incluindo-a na sua "Climate A-list Global". Esta seleção inclui as 113 companhias a nível mundial com melhor desempenho em matéria de redução de emissões e luta contra a mudança climática.

## A AÇÃO DA MAPFRE

Informações básicas relativas à ação da MAPFRE no fechamento do exercício de 2015:



Número de ações em circulação

# 3.079.553.273

Totalmente assinadas e desembolsadas na íntegra.

Valor nominal de cada ação

# 0,1€

### Tipo de ação

Ordinária, representada por anotação na conta. Todas as ações em circulação têm os mesmos direitos políticos e econômicos.

### Principais índices da bolsa nos quais a ação é incluída

- \_ IBEX 35
- \_ Dow Jones STOXX Insurance
- \_ MSCI Spain
- \_ FTSE All-World Developed Europe
- \_ FTSE4Good (\*) e FTSE4Good IBEX (\*)

\* Índices que avaliam o comportamento das empresas de acordo a suas ações a favor do desenvolvimento sustentável e do respeito aos Direitos Humanos.

### Mercados nos quais está listada

Bolsas de Madrid e de Barcelona (Mercado Contínuo).

### Código ISIN

ES0124244E34



## Composição da base de acionistas

No encerramento do exercício de 2015, a Sociedade tinha um total de 232.095 acionistas, dos quais 228.867 tinham residência na Espanha, com uma participação individual inferior a 0,10 por cento do capital. A Fundación MAPFRE, por meio de sua participação direta e indireta, era titular de 67,8 por cento do capital social, enquanto que os investidores espanhóis, com uma participação superior a 0,1 por cento, representavam 0,3 por cento. Quanto aos acionistas residentes em outros países, 19,2 por cento correspondiam a investidores com participação superior a 0,1 por cento e 1,7 por cento para o restante.

No quadro a seguir, será mostrado o detalhamento do grupo de acionistas por país:

País	%
Espanha	79,12
Estados Unidos	5,26
Alemanha	2,08
Reino Unido	1,76
Países Nórdicos	1,24
França	0,91
Suíça	0,26
Países Baixos	0,24
Canadá	0,18
Austrália	0,06
Irlanda	0,05
Áustria	0,04
Hong Kong	0,04
Itália	0,04
Japão	0,02
Portugal	0,02
Andorra	0,02
Sem identificar	8,64

## Valor e rentabilidade da ação

No exercício de 2015, a ação teve o comportamento que pode ser visto no quadro a seguir, comparado com dois dos principais índices de referência (o seletivo IBEX 35 e o setorial Dow Jones Stoxx Insurance):

	1 ANO	3 ANOS	5 ANOS
MAPFRE (%)	(17,8)	(0,1)	11,3
DJ Stoxx Insurance (%)	14,0	61,3	84,9
IBEX 35 (%)	(7,2)	16,9	(3,2)

No mesmo período, o benefício por ação (BPA) da MAPFRE demonstrou o seguinte comportamento:

	2015	2014	2013	2012	2011
BPA (euros)	0,23	0,27	0,26	0,22	0,32
AUMENTO (%)	(14,8)	3,8	18,2	(31,3)	3,2

## Retribuição ao acionista

Entre os principais compromissos da MAPFRE, encontram-se a remuneração adequada de seus acionistas. A política de dividendos estabelece que a remuneração ao acionista deve estar vinculada ao benefício, à solvência, à liquidez e aos planos de investimento da Sociedade, bem como às expectativas dos seus acionistas. Com caráter geral, o Conselho de Administração proporá à Assembleia Geral de Acionistas uma distribuição de dividendos entre 45 por 100 e 65 por 100 do resultado atribuível (índice de 'pay-out').

No exercício de 2015, o Conselho Administrativo concordou em pagar um dividendo ativo por conta dos resultados do exercício de 0,06 euros por ação, elevando o total do dividendo pago no ano para 0,14 euros por ação, o mesmo valor do ano anterior, até chegar a um desembolso total de 431,1 milhões de euros.

O dividendo proposto para a Assembleia Geral como dividendo complementar do ano de 2015 é de 0,07 euros brutos por ação. Portanto, o dividendo total relativo aos resultados do exercício de 2015 sobe para 0,13 euros brutos por ação, o que supõe um índice de 'pay-out' de 56,5 por 100.

A evolução do dividendo e da rentabilidade por dividendo, calculada com base no preço médio da ação, foi a seguinte:

	2015	2014	2013	2012	2011
DIVIDENDO (euros)	0,14	0,14	0,12	0,12	0,15
RENTABILIDADE POR DIVIDENDO (%)	4,9	4,7	4,4	6,1	5,9

Vale destacar que, desde o início, em 2007, da crise econômica e financeira, a MAPFRE aumentou o montante destinado a dividendos em 72,2 por 100.

## A relação da mapfre com os acionistas e os investidores

[G4-37, 49, 50; FS5]

A comunicação e o diálogo com todos os grupos de interesse, baseando-se na transparência, veracidade e compromisso, estabelecem-se como eixos fundamentais para construir relações estáveis e geradoras de confiança.

Neste sentido, a nova política de comunicação com acionistas, investidores institucionais e assessores de voto estabelece os seguintes princípios básicos:

- Cumprimento estrito, em tempo hábil, das obrigações de comunicação e informação legalmente estabelecidas, bem como das recomendações de governança corporativa nesta questão.
- Veracidade e transparência das informações comunicadas.
- Disponibilização de meios adequados de comunicação aos acionistas para o exercício do seu direito de informação.

A seguir, são desenvolvidos cada um dos canais de comunicação estabelecidos pela MAPFRE.

## COMISSÃO NACIONAL DO MERCADO DE VALORES E OUTROS ORGANISMOS OFICIAIS

A informação sobre o andamento dos negócios e as atividades da Sociedade e seus fatos relevantes é enviada, com caráter prévio à sua publicação, à Comissão Nacional do Mercado de Valores. Na tabela a seguir é mostrada a informação que, regularmente, a Sociedade põe à disposição do público investidor:

FREQUÊNCIA	TIPO DE INFORMAÇÃO
<b>ANUAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Relatórios anuais individual e consolidado</li> <li>– Valor intrínseco do negócio de Vida e Poupança</li> </ul>
<b>TRIMESTRAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Relatórios de acordo com os formatos exigidos pela Comissão Nacional do Mercado de Valores (CNMV)</li> <li>– Apresentações de resultados</li> </ul>

## WEB SITE CORPORATIVO

O web site corporativo [www.mapfre.com](http://www.mapfre.com) constitui o principal meio de comunicação entre a Sociedade e os acionistas, investidores institucionais e público em geral. A Sociedade torna públicas através dele, de forma imediata, todas as comunicações realizadas à Comissão Nacional de Mercado de Valores e a outros organismos oficiais.

Também serão publicados os documentos exigidos pela normativa vigente com relação à convocatória e à realização de assembleias gerais de acionistas e qualquer outra informação de publicação obrigatória, bem como as políticas de governança corporativa e a informação cuja difusão seja considerada conveniente para os acionistas e os investidores.

Da mesma forma, no site corporativo estará à disposição um formulário que permite receber consultas e petições de acionistas e investidores, tanto particulares como institucionais.

## DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

O Departamento de Relações com Investidores é o canal de comunicação aberto entre a Sociedade e seus acionistas, com caráter permanente, a fim de atender suas consultas e solicitações de informações o antes possível. Para tais efeitos, está a sua disposição o endereço eletrônico [relacionesconinversores@mapfre.com](mailto:relacionesconinversores@mapfre.com), bem como o número de telefone gratuito 900 10 35 33 e o formulário de consultas do site corporativo.

Esse departamento constitui também o canal de comunicação com os assessores de voto, informando e atendendo as suas consultas em relação às propostas de acordo formuladas na assembleia geral de acionistas objeto de suas recomendações.

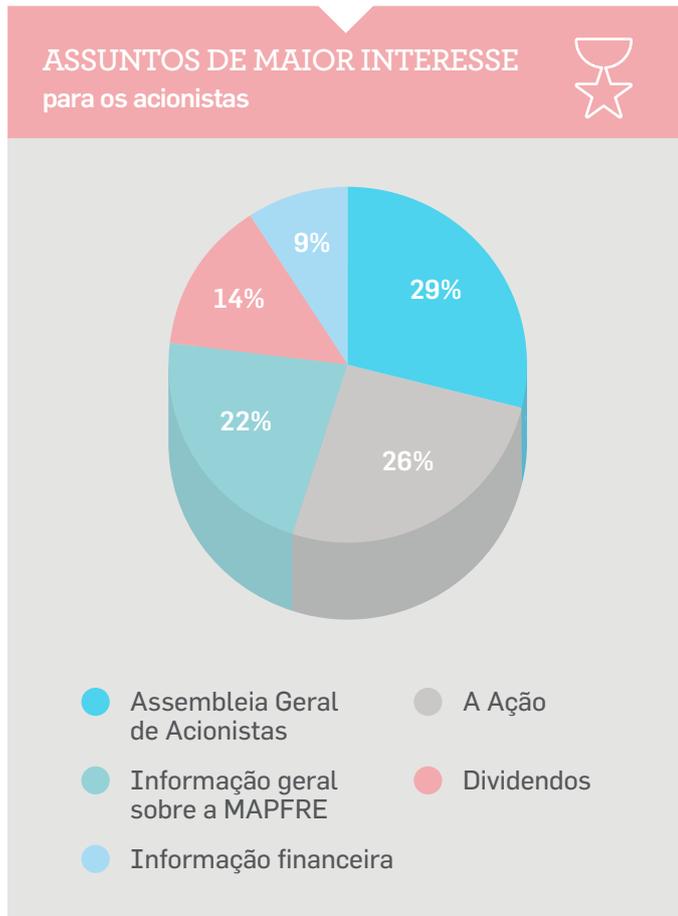
Sobre o atendimento ao acionista particular, em relação às ações realizadas em 2015 para desenvolver os canais de comunicação com os acionistas, cabe destacar o seguinte:

- O serviço telefônico de acionistas (no número gratuito 900 10 35 33) atendeu mais de 800 consultas relacionadas principalmente com a Assembleia Geral, a evolução da ação, o pagamento de dividendos e a informação financeira.
- Através do formulário de consultas do site corporativo, foram respondidos 183 pedidos.
- Na seção "Acionistas e Investidores" da página corporativa, foram incluídos links específicos que facilitaram o acesso à documentação de grande importância para o acionista, como a que é fornecida na ocasião da Assembleia Geral.

O Fórum Eletrônico de Acionistas, constituído em 2011, também esteve operacional para a Assembleia Geral de 13 de março de 2015.

- Foram distribuídos dois boletins com informações semestrais sobre os resultados, as atividades mais relevantes e a evolução do preço da ação da Sociedade.

Por meio desses canais de comunicação, foi possível identificar os temas de maior interesse para os acionistas, mostrados no gráfico a seguir:



Em 2015, o Departamento de Relações com Investidores desenvolveu uma intensa atividade de comunicação com os analistas financeiros, acionistas e investidores institucionais. Dentre os principais assuntos comentados, destaca-se a evolução dos resultados nos Estados Unidos, nas perspectivas macroeconômicas na América Latina, especialmente no Brasil, o ambiente competitivo na Espanha, a tendência esperada na evolução do dividendo e o processo de adaptação aos requisitos de Solvência II.

Também foram realizadas reuniões, juntamente com a Diretoria de Responsabilidade Social Corporativa, com analistas e investidores especialistas em ASG (Ambiental, Social e Governança, em inglês ESG), participando de eventos específicos, como o Fórum organizado pela EXANE BNP PARIBAS em novembro de 2015.

O quadro a seguir mostra um resumo da atividade de comunicação com os mercados financeiros realizada no ano de 2015:



Desde o ano de 2001, a MAPFRE participa ativamente da assembleia de diretores da Associação Espanhola de Relações com Investidores (AERI).

## Datos bursátiles

### INFORMAÇÕES DA BOLSA

Durante o exercício de 2015, as ações da MAPFRE S.A. foram cotadas por 257 dias no Mercado Contínuo, com um índice de frequência de 100 por 100. Foram contratados 2.553.834.115 títulos, em contraste com 2.986.558.095 no exercício anterior, com uma diminuição de 14,5 por cento. O valor efetivo dessas transações subiu para 7 bilhões, 314,2 milhões de euros, em contraste com 8 bilhões, 813,8 milhões de euros em 2014, com diminuição de 17 por cento.

No final de 2015, seis bancos de negócios espanhóis e internacionais recomendavam a "compra" das ações da Sociedade, contra seis recomendações de "manter" e cinco de "vender".

#### 4.4. MAPFRE E SEUS DISTRIBUIDORES

Este capítulo mostra como a MAPFRE trabalha com os seus distribuidores de produtos e serviços; explica a relação que mantém com os profissionais da mediação, sua seleção e formação; e os acordos de distribuição.

A MAPFRE aposta na potencialização da omnicanalidade, baseada na solidez dos seus canais de distribuição, fortalecendo a rede comercial e aprofundando-se no negócio digital. A companhia entende a distribuição como uma gestão transversal de canais e processos, aposta em redes próprias e em outros canais de distribuição para proporcionar aos clientes todas as opções possíveis de contato e relacionamento.

A rede comercial da MAPFRE no mundo está composta por 5.872 escritórios próprios (972 diretos, 4.876 delegadas e 24 de representação) e 8.932 de seguros bancários às quais soma outros pontos de venda correspondentes a diferentes acordos de distribuição e colaboração.

Por outro lado, 7.174 funcionários do Grupo realizam um trabalho relacionado com a atividade comercial (2.699 na IBÉRIA, 4.457 em INTERNACIONAL e 18 na Unidade de Resseguro).

O quadro a seguir mostra com mais detalhes a composição da rede comercial da MAPFRE no mundo.

AGÊNCIAS	2015	2014
<b>IBÉRIA</b>		
Diretas e Delegadas	3.073	3.149
Seguros bancários	3.330	3.861
<b>Subtotal IBÉRIA</b>	<b>6.403</b>	<b>7.010</b>
<b>AMÉRICA LATINA</b>		
Diretas e Delegadas	2.331	2.087
Seguros bancários	5.602	5.623
<b>Subtotal LATAM</b>	<b>7.933</b>	<b>7.710</b>
<b>INTERNACIONAL</b>		
Diretas e Delegadas	444	288
<b>Subtotal INTERNACIONAL</b>	<b>444</b>	<b>288</b>
<b>TOTAL DE AGÊNCIAS</b>	<b>14.780</b>	<b>15.008</b>

A tabela a seguir mostra a distribuição dos mediadores por grupos e áreas territoriais:

REDE COMERCIAL	2015	2014
<b>IBÉRIA</b>		
Agentes	9.498	10.999
Delegados	2.575	2.697
Corretores	5.268	5.038
<b>Subtotal IBÉRIA</b>	<b>17.341</b>	<b>18.734</b>
<b>LATAM</b>		
Agentes	13.286	12.599
Delegados	7.155	6.161
Corretores	32.357	33.459
<b>Subtotal LATAM</b>	<b>52.798</b>	<b>52.219</b>
<b>INTERNACIONAL</b>		
Agentes	8.548	6.742
Delegados	101	197
Corretores	1.542	1.397
<b>Subtotal INTERNACIONAL</b>	<b>10.191</b>	<b>8.336</b>
<b>TOTAL DA REDE COMERCIAL</b>	<b>80.330</b>	<b>79.289</b>

Este modelo comercial potencia a presença da entidade em cada território; melhora o assessoramento e o serviço ao cliente (particular e empresa) e cria as sinergias necessárias para aumentar a eficácia e complementaridade dos diferentes canais de distribuição.

Com a finalidade de potenciar a relação com os mediadores e o desenvolvimento de atividades conjuntas, a MAPFRE mantém, nos diferentes países, acordos de colaboração com associações de mediadores, corretoras, produtores de seguros, entidades microfinanceiras e outros órgãos vinculados à mediação.

As relações da MAPFRE com estes profissionais foi reforçada em diferentes âmbitos durante 2015.

## Distribuição transversal

Em complementariedade com as redes tradicionais, a MAPFRE continua impulsionando uma estratégia de distribuição transversal e multicanal em todos os países com outros interlocutores especializados e a venda online e telefônica. Além disso, trabalha-se em desenvolvimentos tecnológicos que potencializem a presença da rede de colaboradores na Internet.

## Ferramentas online

Já existem plataformas online consolidadas para mediadores que favorecem o aproveitamento da internet e das redes sociais na gestão comercial. Destacam-se na Espanha A Rede na Rede, plataforma que reforça a presença dos escritórios MAPFRE na Internet e sua capacidade de relação com o cliente neste ambiente. Esses meios de comunicação são cada vez mais usados para interagir com os diferentes canais e como ferramenta para promover a fidelização dos clientes.

Cada país está desenvolvendo atuações neste sentido que melhoram os canais de comunicação e os tornam mais eficazes. Como exemplo de boas práticas destacam-se as seguintes:

No Paraguai, foi implementado o canal MEL serviço web que facilita aos canais de venda as consultas sobre apólices, sinistros, cotadores, emissão de certificados, avisos de renovação e acompanhamento comercial pelos agentes.

O Brasil conta com o Blog da Rede BB (Blog Red BB em Movimento), por meio do qual a equipe comercial pode aceder a sua base de dados a partir de qualquer lugar.

Em Porto Rico, foram realizadas melhorias nos serviços oferecidos através do site da companhia e no aplicativo móvel MAPFRE 360 para uma melhor navegação.

## Redes sociais e apps

O uso das redes sociais e os aplicativos para dispositivos móveis (smartphones e tablets) ajudam também a promover o posicionamento da marca na internet e a redirecionar negócio para os mediadores. Igualmente, elas são utilizadas para compartilhar experiências e trocar informações com mediadores, bem como para realizar campanhas especiais. Em 2015, alguns países desenvolveram novos canais e ferramentas de comunicação com colaboradores e corretores, como por exemplo no México, onde se estão usando as redes sociais para informar sobre ações inovadoras ou campanhas comerciais, que ajudam a melhorar a gestão comercial. O objetivo é criar um canal de comunicação direto entre a MAPFRE e seus agentes, que fomente a comunicação e confiança destes.

O Chile, por sua vez, conta com o blog "Asegurate Bien.cl", no qual se oferece informação sobre a companhia bem como orientações para gerar um maior conhecimento sobre a atividade seguradora.

## Marketing direto

Foram aumentadas as ações de marketing direto a clientes, que melhoraram as opções de informação e consulta para colaboradores através de smartphone e alguns países potencializaram em grande medida os encontros e as videoconferências com corretores e mediadores. Outros incluíram em sua página informações sobre produtos e serviços dos seus sócios de seguros bancários; incorporaram informações sobre as novas apólices obrigatórias por lei nos portais para corretores; e criaram micropáginas específicas em sua intranet, com seções de interesse para a gestão comercial diária. Informação pendente.

## Maior eficiência

Em 2015, também foram realizadas novas iniciativas para melhorar a eficiência das estruturas comerciais, simplificando processos e tomando medidas que reforcem a atividade comercial e diminuam a carga administrativa de funcionários vinculados à distribuição ou à coordenação de equipes comerciais. Um exemplo disto são as medidas tomadas por Portugal, através da integração de aplicativos e de dados usando web services, o que melhora consideravelmente a produtividade e qualidade do serviço.

Em alguns países, dispõe-se de plataformas operacionais, ferramentas de comunicação e trabalho, documentação e manuais corporativos específicos que favorecem o desenvolvimento da atividade comercial dos mediadores e, em alguns casos, de revistas especializadas dirigidas a esses profissionais. Na Espanha, dispõe-se de ferramentas de tarifação, contratação e acompanhamento de posições.

Portugal conta com o site Mediadores, uma plataforma web que integra inúmeras funcionalidades que ajudam os agentes a gerenciar sua carteira de seguros, destacando a informação de clientes, apólices, cobranças, anulações, sinistros, comissões de gestão, bem como os resultados das campanhas comerciais.

O Chile dispõe do Portal de Corretores (MAPFRE em linha, que proporciona informação sobre a carteira, cobranças, comissões e declaração de sinistros, entre outras funcionalidades.

Nas Filipinas existem apps para os distribuidores, entre as quais se destacam SALES KITS, que incorpora ferramentas de gestão de clientes e MAPFRE APPS, que permite aos intermediários aceder a materiais para reuniões e apresentações.

## Comercialização eficaz

Em todos os países, continuaram impulsionando as plataformas tecnológicas vinculadas à comercialização, campanhas comerciais, planos de incentivos e programas de captação e treinamento para fortalecer e incentivar, no mercado local, o posicionamento na distribuição de seguros. Um exemplo é a consolidação de estratégias de acordos de distribuição para melhorar a comercialização por meio de

entidades bancárias e concessionárias de automóveis que foi realizada no Panamá.

Na Argentina existe um programa de incentivos para premiar a venda da estrutura regional bancária do país e no Paraguai realizam-se capacitações permanentes aos gestores bancários para que tenham um melhor conhecimento dos produtos MAPFRE e incentivem a sua venda através de programas de incentivos.

Do mesmo modo, no desejo de melhorar a relação entre os mediadores e a companhia, desenvolvem-se pesquisas que medem o grau de satisfação da rede comercial que distribui os produtos da MAPFRE, como mostra a tabela a seguir:

GRAU DE SATISFAÇÃO		
Área Territorial	País	PORCENTAGEM
IBÉRIA	ESPAÑA	51
	PORTUGAL	80
AMÉRICA LATINA	BRASIL	78
	PANAMÁ	53
	PERU	88
	REPÚBLICA DOMINICANA	84
INTERNACIONAL	MALTA	95
	PUERTO RICO	75
	TURQUIA	74

## Seleção e formação

Na Espanha e nos países da América Latina, onde o modelo de distribuição comercial com mediadores e redes próprias está mais implantado, destacam-se o alto nível de vinculação desses profissionais com a entidade e o baixo índice de rotação que existe nesse âmbito.

A globalidade e a flexibilidade do Grupo contribuem para esta vinculação, o que permite que seus mediadores apresentem uma oferta integral personalizada e adaptada às necessidades de cada cliente. O compromisso da MAPFRE com os seus mediadores se reflete também nas múltiplas iniciativas de treinamento e serviço implementadas para impulsionar o seu negócio e o desenvolvimento profissional. Os mediadores avaliam, também, muito positivamente a solvência e a reputação da MAPFRE, que reforça a sua gestão com o cliente.

A MAPFRE também fomenta a conscientização ambiental de seus mediadores, impelindo medidas que respeitem o meio ambiente e que além disso, resultam numa economia no consumo de papel e energia elétrica. Em diferentes

países, foram desenvolvidas iniciativas para engajar os mediadores em boas práticas de responsabilidade socioambiental. Assim, na Espanha e Portugal, por exemplo, existem medidas de assessoria para a rede comercial no assunto de gestão de resíduos e de economia de energia, o que facilita a implementação de políticas que favoreçam ambos os aspectos. Avaliando a média de economia atingida pela equipe, é estimado que em 2015, na Área Territorial IBERIA, se alcançou uma redução de consumo de energia superior a 500.000 kWh em relação ao ano 2012, ano no qual se implantaram políticas de economia de energia nos equipamentos informáticos.

Para avaliar as habilidades e as competências profissionais – e outros aspectos como a eficácia comercial ou atitudes de orientação à venda –, a seleção de novos mediadores conta com diferentes provas e testes comerciais.

Geralmente, nesses processos estão envolvidos profissionais das áreas de Recursos Humanos e Comerciais que trabalham em parceria para escolher profissionais com capacidade, potencial e ética na sua atuação. Em alguns países, existe um título oficial de mediador de seguros, sendo esse certificado um requisito solicitado pela empresa na seleção.

Um aspecto que diferencia a MAPFRE em sua relação com os mediadores é a importância concedida ao treinamento que promove continuamente a profissionalização dos colaboradores por meio de treinamentos adaptados às necessidades de cada mediador, com uma atenção especial a cursos sobre novos produtos, fidelização dos clientes, treinamento inicial e de reciclagem e informações centralizadas. Em alguns casos, continuou-se com o programa de treinamento específico para escritórios de canais complementares adaptados às necessidades específicas.

A formação desenvolvida para mediadores é concebida para ajudar a cumprir com os objetivos estabelecidos e para contribuir com o desenvolvimento profissional das pessoas a quem se dirige, segundo cada perfil e experiência.

Os programas de formação também incluem informações corporativas, com o intuito de transmitir a política, a cultura, a estratégia e os valores da empresa; capacitação técnica para ensinar os processos das diferentes áreas ou divisões do Grupo; informações sobre novidades legislativas que afetam o seguro; e formação comercial, com o objetivo de ensinar sobre os produtos, ferramentas, habilidades e técnicas de vendas.

Em alguns países, os mediadores realizam, como parte de sua formação, um treinamento em diversas áreas da empresa.

Em 2015, foram ministradas mais de 1,6 milhões de horas de treinamento a mediadores, com programas que contemplavam principalmente treinamento comercial e técnico, dentre outras matérias.

Ao longo de 2015, a formação foi distribuída da seguinte forma:

MEDIADORES	Tipo	HORAS
COMERCIAL	Multimídia	691.923
	Em pessoa	528.867
TRANSVERSAL	Multimídia	45.994
	Em pessoa	93.415
TÉCNICA	Multimídia	52.351
	Em pessoa	192.037
<b>TOTAL GERAL</b>		<b>1.604.586</b>

## Acordos de distribuição

Existem canais complementares de distribuição procedentes de acordos com entidades financeiras, oficinas, concessionárias de automóveis, centros comerciais, etc. Também se conta com acordos com empresas de serviços e associações que distribuem produtos da MAPFRE a seus clientes e a seus parceiros (empresas ou particulares).

## FÓRMULAS DE APOIO

Em alguns países foram criadas áreas específicas para prestar apoio e acompanhamento às redes de venda das entidades colaboradoras para a melhoria constante e adaptação de produtos; o desenvolvimento de programas de capacitação para as respectivas estruturas e a adaptação a suas plataformas de comercialização e gestão; e a oferta de campanhas e incentivos comerciais dirigidas a estes colaboradores.

Na Espanha, por exemplo existe o Plan Recover, dotado de recursos e investimento dirigido a melhorar o apoio e acompanhamento à nossa rede de vendas de entidades colaboradoras com a finalidade de aumentar a recuperação de apólices.

A tabela a seguir mostra os principais acordos de distribuição da MAPFRE com entidades financeiras:

PAÍSES	ENTIDADES FINANCEIRAS
ARGENTINA	Banco Patagonia- Santander Rio- ICBC
BRASIL	Banco do Brasil, Caixa Seguros, Porto Real
COLÔMBIA	Banco Finandina, Banco Corpbanca, Bancamía
CHILE	Banco Chile, Banco Santander, Banco Itau.
ESPAÑA	Bankia, Bankinter, Caja Duero, CCM
MALTA	Bank of Valleta
MÉXICO	Compartamos Banco, Banco Forjadores
PANAMÁ	BAC, BANVIVIENDA Y DELTA
PARAGUAI.	BBVA, ITAU e BANCO REGIONAL.
PERU	Scotiabank, Financiera Confianza, Caja Piura
PORTUGAL	BBVA, BBIC
PORTO RICO	BANCO POPULAR , SCOTIA BANK, ORIENTAL BANK
REPÚBLICA DOMINICANA	BHD Leon
TURQUIA	Finansbank

No fim de 2015, o Grupo contava com 2.604 acordos de distribuição que complementam as atividades comerciais da sua rede.

A MAPFRE distribuiu seus produtos através de 8.932 escritórios de seguros bancários (dos quais 3.330 se situam na Espanha, 5.424 no Brasil e 178 na República Dominicana).



## 4.5. A MAPFRE E SEUS FORNECEDORES

### [G4-12]

Este capítulo dá resposta de forma específica aos temas identificados como relevantes no estudo corporativo de materialidade realizado em 2015.

Os fornecedores devem cumprir as premissas de qualidade nos serviços e produtos oferecidos, ser íntegros nas suas práticas empresariais, e cumprir estritamente a normativa que regula a sua atividade.

Por sua vez, a MAPFRE garante transparência, igualdade de tratamento e utilização de critérios objetivos para sua seleção, nos termos que estabelece o Código Ético e de Conduta e a Norma Corporativa de Compras.

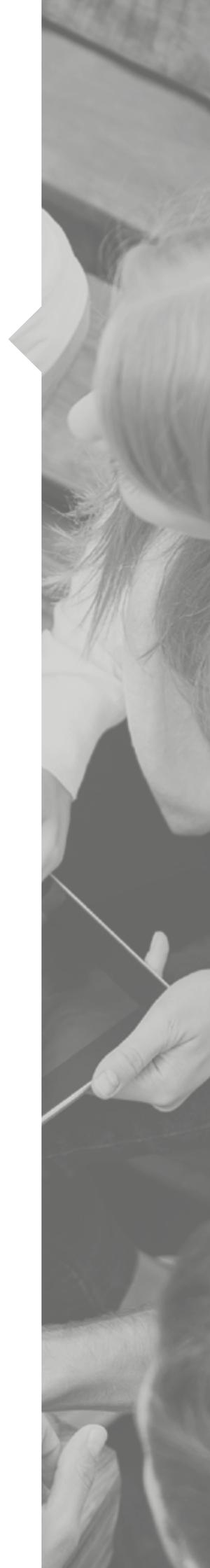
Essa norma de compras estabelece os critérios e princípios de cumprimento obrigatório de qualquer contratação realizada em nome da MAPFRE; a gestão das relações com os fornecedores do Grupo, tanto os de serviços operacionais de negócio quanto os fornecedores de suporte e a garantia ética e de responsabilidade social de toda a cadeia de fornecimento, em qualquer empresa do Grupo e em qualquer parte do mundo.

### 4.5.1. Tipos de fornecedores

#### [G4-EC9]

Existem três categorias principais de fornecedores:

- **De serviços:** que realizam as prestações originadas pelos contratos de seguro ou de serviços oferecidos pelas companhias seguradoras do Grupo ou suas filiais a seus clientes.
- **De suporte:** que não têm como objetivo os segurados, mas sim a empresa e suas atividades de gestão. Entre eles, figuram agências de viagem, empresas de consultoria, auditoria, gestão de imóveis, marketing e publicidade, impressão, etc.
- **Tecnológicos:** que fazem parte dos fornecedores de suporte e oferecem soluções em tecnologia necessárias para o desenvolvimento do negócio.



Em 2015, manteve-se relação com 220.795 fornecedores e o custo total faturado a entidades de negócio segurador do Grupo ultrapassou 4.100 milhões de euros. A seguir, serão mostrados os detalhes:

	IBÉRIA		AMÉRICA LATINA*		INTERNACIONAL	
	Nº de Fornecedores	Custo	Nº de Fornecedores	Custo	Nº de Fornecedores	Custo
De serviços (ESPECÍFICOS)	72.340	1.413	53.059	683,6	75.208	603,7
De suporte (GERAIS)	3.311	297,8	9.743	638,5	5.565	88,3
Tecnológicos	238	266,6	747	99,4	584	72,3

Custo (milhões de euros)

\* Não inclui informações relativas aos fornecedores da Costa Rica e da Argentina.

## 4.5.2. Relação com fornecedores e sistemas de apoio

A relação com os fornecedores articula-se através das plataformas web; dos portais específicos; das plataformas telefónicas (próprias ou acordadas); das redes sociais; dos boletins; dos grupos de trabalho; e dos responsáveis por fornecedores específicos para cada área de negócio e para bens e serviços tecnológicos que gerenciam a relação com os fornecedores.

Neste âmbito, destaca uma das últimas novidades, o desenvolvimento da Plataforma de Compras Corporativa na Espanha, um portal único a que todos os fornecedores de suporte de gestão podem ter acesso para ser homologados, receber convites, credenciamentos e pedidos e enviar notas fiscais.

Em outros países, foram introduzidas novidades na comunicação direta com os fornecedores, como a liquidação de faturas por meio da página (República Dominicana), atualizações de design no Aplicativo Móvel MAPFRE (Porto Rico), o sistema de autoconsulta de pagamento para fornecedores por meio do portal MAPFRE online (Chile) e o boletim de notícias para os fornecedores de serviços, que contém sugestões de atendimento, novidades da empresa e textos dedicados à sustentabilidade e à inovação (Brasil).

A MAPFRE trabalha para transformar seus fornecedores em verdadeiros embaixadores da marca através da relação que desenvolvem com o cliente e da sua capacidade de serviço.

Neste sentido, destaca a iniciativa Fornecedores de Serviço MAPFRE, que pretende alcançar a diferenciação através da prestação do serviço, assim como aproveitar as melhores práticas em diferentes mercados para ser mais competitivos, estabelecendo um modelo global de gestão e relação com fornecedores de serviços de prestações.

Tal modelo, gerado a partir da criação mútua de valor, zela pela prestação de um serviço de máxima qualidade que supere as expectativas de nossos clientes e assenta sobre três pilares fundamentais: o compromisso bidirecional, a categorização de fornecedores e o modelo de contribuição comum, através do qual a MAPFRE aumenta os seus compromissos com o fornecedor à medida que este demonstre o seu compromisso na prestação de um serviço excelente.

Durante o ano de 2015, iniciou-se a implementação do modelo nos diversos países em que a MAPFRE atua, realizando-se o teste-piloto na Área Regional Latam Norte (México) e, em seguida, na Área Regional EMEA (Itália), com um resultado satisfatório em ambos os casos. No ano 2016, planejou-se a sua implementação nas Áreas Regionais de Latam Sul, Brasil e América do Norte.

### 4.5.3. Critérios de seleção de fornecedores e relação com eles

[G4-EN32; LA14, LA15]

Os fornecedores devem desenvolver suas atividades mantendo o compromisso de comportamento baseado na integridade e na ética profissional, evitando conflitos de interesse, extorsão, suborno ou qualquer outra forma de corrupção e modalidade de concorrência desleal ou contrária aos direitos humanos (principalmente trabalhistas e de segurança no trabalho), ou relativa ao meio ambiente em suas atividades e desempenho dos serviços prestados. Por esta razão, aplicam-se cláusulas de proteção social, ambiental ou da marca. Do mesmo modo, devem estar cientes das suas obrigações tributárias e fiscais. A seleção e contratação dos fornecedores da MAPFRE é realizada dentro da lei, aplicando critérios técnicos, profissionais e econômicos adequados, satisfazendo sempre as necessidades e interesses do Grupo.

Os fatores que são levados em consideração no momento de contratar fornecedores na MAPFRE estão reunidos na Norma Corporativa de Compras. Desses, vale destacar os seguintes: a importância do fornecedor para a empresa; sua capacidade de negociação; que o volume de negócio com o Grupo não represente mais de 50 por 100 da faturação total do fornecedor (é recomendável que a faturação com a MAPFRE não supere 25 por 100 do total da faturação do fornecedor); nenhum funcionário pode receber ou oferecer comissões ou gratificações e todas as fases do processo de compras devem desenvolver-se com a máxima objetividade, imparcialidade e igualdade de oportunidades.

Esta norma também incorpora as fases que devem ser seguidas no processo de contratação:

- Análise das necessidades.
- Homologação dos diferentes tipos de fornecedores.
- Análise das capacidades oferecidas pelos fornecedores e sua cobertura geográfica.
- Comprovação da flexibilidade em caso de mudanças.

- Processo de negociação definindo os preços e tarifas de mercado a serem aplicados.

- Revisão periódica de contratos e licitações, em função da situação e das condições do mercado.

- Revisão da qualidade do material ou serviço, com análise de valores agregados mediante a implantação de modelos de gestão mensuráveis.

- Verificação da observância das condições contratuais.

- Processo de pagamento.

Além disso, qualquer contratação realizada procura atuações que respeitem o meio ambiente, fomentando na prestação do serviço as boas práticas e os objetivos que são descritos na política ambiental do Grupo.

A MAPFRE contribui para o desempenho ambiental de seus fornecedores de três modos:

- Critérios de seleção de fornecedores que avaliam seu comportamento ambiental e o impacto ambiental dos seus produtos e serviços, com especial atenção àqueles que são considerados de maior impacto ambiental ou energético. Desse modo, as plataformas corporativas de gerenciamento de fornecedores descrevem os critérios de sustentabilidade nas especificações de compra e nas matrizes usadas para a comparação de ofertas.

- Cláusulas ambientais em todas as licitações de contratação e nos contratos de prestação de serviços realizados nas instalações.

- Informações aos fornecedores sobre boas práticas que podem ter impacto no meio em que operam. Para os centros de trabalho que possuem um certificado ambiental.

Os fornecedores de serviços ambientais estão em um processo de avaliação contínua para garantir a continuidade de suas autorizações e capacidade de serviço. O cumprimento destas medidas está sujeito a auditoria por parte da Diretoria Geral de Auditoria Interna da MAPFRE.

#### 4.5.4. Homologação de fornecedores

[G4-EN32, EN33; LA14; HR4, HR10; SO9]

Desde a entrada em vigor da Norma Corporativa de Compras, a homologação de fornecedores é um requisito imprescindível para todas as empresas que desejam fazer contrato com a MAPFRE, já que ela garante que os fornecedores disponham da capacidade técnica, financeira e qualitativa necessária para cumprir com os compromissos firmados. A análise da avaliação deverá levar em consideração principalmente a robustez e confiabilidade da empresa desde o ponto de vista financeiro, de solvência e técnico.

Entre os requisitos para esta homologação, destacam-se os seguintes:

- A atuação no mercado compatível com os princípios éticos do Grupo, realizando toda sua atividade dentro do âmbito jurídico vigente, ou seja, cumprindo a legislação reguladora da sua atividade.
- Estar em dia com o cumprimento das suas obrigações trabalhistas, de prevenção de riscos trabalhistas e obrigações tributárias.
- Conhecer o desenvolvimento da empresa em matéria de responsabilidade social corporativa, especialmente em segurança e no trabalho, igualdade e conciliação da vida pessoal e profissional e rejeição das práticas de corrupção, extorsão e suborno.

Para a MAPFRE serve de motivo para a não homologação de um fornecedor a negação em assinar ou o não cumprimento das seguintes cláusulas: proteção de dados; o tratamento de dados de fornecedores; carta de compromisso ambiental e de energia; cláusula de igualdade para fornecedores; declaração de relação entre empresas contratadas, acionistas ou pessoas ligadas ao fornecedor, que possa ter com pessoas ligadas à MAPFRE; e cláusula de responsabilidade social.

#### 4.5.5. Fidelização e avaliação da qualidade do serviço

[G4-HR5, HR6, HR11]

A satisfação dos fornecedores com relação à MAPFRE é alta e sua rotatividade é reduzida. Foram desenvolvidos programas de fidelização de fornecedores em diferentes países, sendo comum o oferecimento de vantagens, como descontos em seguros, viagens ou veículos.

Como exemplos, em Porto Rico está sendo desenvolvido o Programa de Embaixadores da Marca que incentiva a promoção da marca MAPFRE, e no Brasil realizam-se atividades culturais dirigidas aos principais fornecedores.

A qualidade é uma premissa fundamental para a MAPFRE e, por isso, são avaliados constantemente os serviços prestados pelos fornecedores através de diferentes medidas:

- Visitas às instalações do fornecedor ou pesquisas entre os clientes.
- Informação de diferentes canais, como as incidências detectadas pelos operadores; visitas, reuniões ou convenções de fornecedores; comitês de compras; comunicação com o cliente; e auditorias internas e específicas.
- Avaliações de qualidade, cujos critérios variam dependendo das atividades que realizam. Geralmente é realizada uma avaliação do nível de cumprimento do serviço, do prazo em que o serviço foi realizado e da competitividade das suas tarifas.

Como exemplo de impulso da qualidade, durante 2015, na Espanha, facilitou-se a obtenção gratuita de certificações de qualidade TQ a 30 Oficinas distinguidas (TD). Esta certificação, emitida pela CESVIMAP, distingue as oficinas que oferecem uma maior qualidade de reparação aos seus clientes, levando em consideração critérios referentes às instalações, equipamentos, pessoal e procedimentos de trabalho.

Por outro lado, dentro da campanha de fornecedores de Residência (Tourmap 2015), foi premiado um total de 80 fornecedores valorizando aspectos como a pontualidade, a qualidade do trabalho realizado, o tratamento ao cliente, a

imagem profissional, a limpeza e a ordem e a uniformidade na utilização do vestuário MAPFRE.

Além disso, a MAPFRE ASISTENCIA desenvolve a cada dois anos um Observatório de Qualidade para conhecer a percepção dos diferentes stakeholders sobre a qualidade do serviço que recebem da entidade.

Do mesmo modo, no âmbito das relações com os fornecedores de bens e serviços tecnológicos, também são realizados diversos controles através de pesquisas internas e reuniões de acompanhamento.

Neste sentido, cumpre destacar a satisfação demonstrada pelos fornecedores de alguns países, como Porto Rico (92 por 100) e Panamá (68 por 100) nos diferentes estudos realizados.



#### 4.5.6. Treinamento

A MAPFRE considera que oferecer formação aos seus fornecedores fortalece o compromisso que estes têm com a companhia, além de ser a forma mais eficaz de melhorar o serviço e atendimento para os seus clientes. Esta é a melhor fórmula para que estejam interligados na cadeia de valor da companhia e transmitir-lhes a importância do serviço que prestam, o que contribui para um maior grau de fidelização dos clientes. Por isso, os fornecedores recebem geralmente informações sobre a cultura da companhia e sobre o que significa e que implicações a qualidade tem para a MAPFRE.

Por outro lado, juntamente com a formação técnica, também têm acesso aos princípios institucionais e empresariais da MAPFRE e à política de Responsabilidade Social do Grupo, que promove ativamente o compromisso com os Direitos Humanos.

São fornecidos sistemas, materiais, dossiês formativos, ferramentas e cursos online e presenciais, que facilitam seu trabalho e contribuem com conhecimentos sobre modificações legislativas, desenvolvimentos tecnológicos e outros assuntos relevantes.

Em 2015, foram realizadas atividades de formação em tarifações, coberturas e novos produtos (Panamá), qualidade na prestação e pagamento do serviço (Nicarágua), planos de segurança (Portugal), carroceria, pintura e eletromecânica (Colômbia) e normas e padrões de desenvolvimento dos sistemas e políticas de segurança (Porto Rico).

Em relação ao âmbito ambiental, destaca-se a iniciativa desenvolvida no Paraguai, onde foram efetuadas sessões com os principais fornecedores de serviços sobre aspectos ambientais e os impactos que pode causar as más práticas, bem como treinamento e instruções de segurança e meio ambiente ao seu principal fornecedor de serviços de limpeza das oficinas.

Também em Porto Rico, organizou-se uma sessão com os fornecedores e estes foram orientados sobre a política ambiental estabelecida na MAPFRE, seus programas de resíduos sólidos e manejo de resíduos nas instalações da companhia.

Além disso, no Brasil, foi realizado o III Workshop de Inspeção de Riscos, cujo objetivo é apresentar os principais conceitos da mudança climática e a relação do seu impacto em uma companhia seguradora.

#### 4.6. MAPFRE E A SOCIEDADE

Um dos objetivos da MAPFRE é oferecer o valor social da empresa em cada país em que atua.

Para a MAPFRE, o conceito de valor social da empresa é a soma do valor gerado pela atividade comercial e pelas outras atividades não lucrativas que a empresa apoia e desenvolve, principalmente pela Fundación MAPFRE e que tem um impacto no desenvolvimento dos países onde a empresa atua.

Os três relatórios anuais apresentados no Conselho de Acionistas – o relatório de contas anuais, o Relatório Anual de Responsabilidade Social Corporativa e o Relatório Anual da Fundación MAPFRE – representam, no conjunto, o impacto econômico e social do Grupo.



10 anos de apoio à responsabilidade social

## Principais impactos:

**IMPACTO ECONÓMICO:** Relatório de Demonstrações Financeiras

<https://www.mapfre.com/corporativo-es/accionistas-inversores/inversores/informacion-financiera/>

## IMPACTO SOCIAL:



### EMPREGO

#### DIRETO

- Aumento do quadro de funcionários criando 1.352 postos de trabalho directos com relação a 2014.
  - 51,9 por 100 das novas incorporações à equipe foram mulheres.
  - foram incorporadas 70 pessoas com deficiência, sendo 17 por 100 a mais que em 2014.

#### INDIRECTO

- Más de 80.000 agentes, delegados y corredores trabajan con MAPFRE.
- Más de 220.000 proveedores con los que MAPFRE mantiene una relación comercial o de servicios.

#### PROGRAMAS DE INTEGRAÇÃO TRABALHISTA

- Cumprimento da parcela de reserva legal na Espanha:
  - Contratos de prestação de serviços realizados com os centros especiais de emprego no valor de 304.658,81 euros.
  - Doações no valor de 1.007.753,75 euros destinadas a projetos de integração profissional de pessoas com necessidades especiais ou projetos de emprego, elaborados por associações e fundações especializadas.
- Doações a projetos de emprego de pessoas com necessidades especiais na China, na França e em Malta, no valor de 283.928,8 euros.

#### PROGRAMA CRESÇA CONOSCO (CRECE CON NOSOTROS)

- Mais de 404 acordos com instituições educacionais e universidades para a realização de estágios na empresa
- Em 2015, mais de 1.000 bolsistas de 27 países fizeram estágio no Grupo



## FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

<b>INVESTIMENTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 15,1 milhões de euros investidos (1 por 100 do montante das retribuições de 2015).</li> </ul>
<b>TEMPO DE TREINAMENTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mais de 1.325.774 horas destinadas ao treinamento em todas as modalidades (presencial; e-learning e mista).</li> </ul>
<b>PROGRAMAS ESPECÍFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escola de Desenvolvimento Profissional: Oito programas de desenvolvimento profissional em que participaram 140 funcionários de 30 países.</li> <li>- Escola de Cultura e Políticas Globais: 36.742 funcionários treinados.</li> <li>- Escola de Habilidades: 25.830 funcionários treinados.</li> <li>- Escola de idiomas: 133.454 horas de treinamento oferecidas.</li> <li>- Foi lançada a Biblioteca de Idiomas com recursos de formação acessíveis a todos os funcionários do mundo.</li> <li>- Escola de Liderança, em que participaram 79 alto executivos de 15 países.</li> </ul>
<b>MODELO GLOBAL DE AVALIAÇÃO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 76,5 por 100 do quadro de funcionários foi avaliado com o modelo global de avaliação.</li> <li>- 178 diretores foram avaliados com o sistema de avaliação 180º.</li> </ul>



## RETRIBUIÇÃO E BENEFÍCIOS SOCIAIS

### REMUNERAÇÃO VARIÁVEL / INCENTIVOS

- A remuneração na MAPFRE é composta por uma parte fixa, uma parte variável (em função do cumprimento dos objetivos da empresa e dos designados ao funcionário) e um pacote de benefícios sociais.
- A percentagem de remuneração variável sobre remuneração total do Grupo representa 10,9 por 100, com um peso no salário dos funcionários que oscila entre 10 e 40 por 100, dependendo do cargo.
- A MAPFRE conta com um programa de incentivos plurianuais a nível global para 135 diretores.

### BENEFÍCIOS SOCIAIS

- Todos os benefícios são oferecidos aos funcionários, independente de o contrato ser permanente ou temporário:
  - Seguro de saúde.
  - Sistemas de Previdência Social/Seguro de Vida.
  - Bonificações em seguros
  - Prêmio de permanência na empresa.
  - Ajuda escolar para crianças.
  - Prêmio de natalidade.
  - Empréstimos.
  - Apoio aos funcionários para situações especiais, normalmente originárias de problemas de saúde.

MEDIDAS DE CONCILIAÇÃO

MEDIDAS DE CONCILIAÇÃO DE VIDA PROFISSIONAL E PESSOAL	Nº DE FUNCIONÁRIO BENEFICIADOS
Horário de trabalho flexível	12.131
Trabalho em meio período	2.262
Jornada de trabalho reduzida	4.467
Trabalho remoto	788
Licenças remuneradas e não remuneradas	14.252
Licenças por motivos pessoais ou estudos	1.549
Programa de integração de funcionários depois de uma licença de longa duração	756

ATIVIDADES SOCIAIS PARA OS FUNCIONÁRIOS E FAMILIARES

TIPO DE ATIVIDADES	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Atividades esportivas: corridas, competição de futebol, tênis, paddle e atletismo.</li> <li>– Atividades culturais: oficinas educativas de cultura e segurança viária por meio da Fundación MAPFRE.</li> <li>– Ofertas e descontos para funcionários em produtos e na contratação de serviços comercializados por entidades da MAPFRE e outras entidades externas.</li> <li>– Festas com funcionários e crianças e festa de Natal.</li> <li>– Jornadas de portas abertas.</li> <li>– Atividades com associações de pessoas com deficiência: venda de plantas e loteria.</li> </ul>



#### ATIVIDADES SOCIAIS PARA OS FUNCIONÁRIOS E FAMILIARES

##### **PARTICIPAÇÃO**

- No ano de 2015, desenvolveram-se 397 atividades sociais, com 71.217 participações de funcionários e familiares

##### **PLATAFORMAS PILOTO NA ESPANHA**

- Me Gusta: rede social interna por meio da qual a MAPFRE oferece a seus funcionários atividades esportivas, culturais e de lazer. Conta com 6.767 funcionários inscritos
- teCuidamos Empleados: programa de fidelização que oferece aos funcionários um espaço onde encontra ofertas e descontos em entretenimento, saúde, restauração e tecnologia, entre outros serviços. Além disso, conta com serviços de orientação psicológica, pediátrica, assistente nutricional, assessoria fiscal, assessor mecânico virtual, gestor para assuntos pessoais, telefarmácia e segunda opinião médica, entre outros. Conta com 9.480 funcionários inscritos.

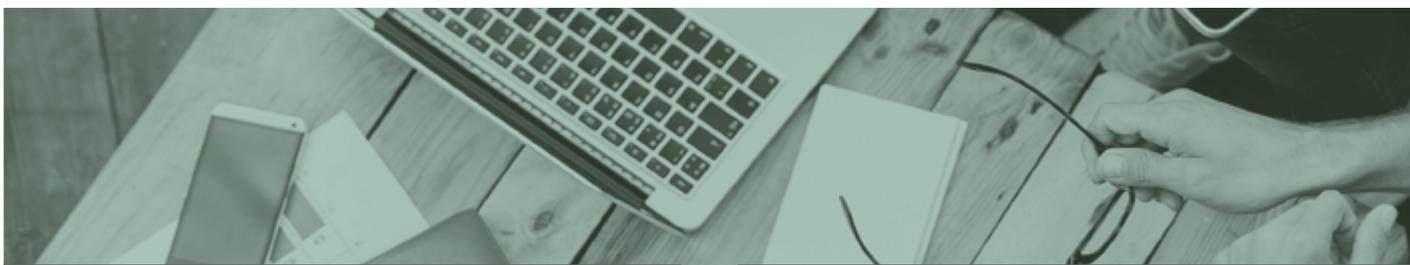
#### VOLUNTARIADO CORPORATIVO

##### **PARTICIPAÇÃO**

- A MAPFRE conta com 93.944 participações de 4.120 voluntários em todo o mundo.
- O programa é realizado através da Fundación MAPFRE, que atua como entidade colaboradora e projeta, organiza e desenvolve esta atividade em 21 países da América, da Ásia e da Europa.

##### **PROGRAMAS**

- 765 atividades de caráter social e ambiental.
- Investimento horas: 11.595 horas.
- Beneficiários: mais de 543.143 pessoas.
- Treinamento presencial e e-learning sobre diferentes temas relacionados à atividade solidária: 432 horas.



## EMPRESA SAUDÁVEL E SEGURA

### PREVENÇÃO DE RISCOS DE TRABALHO

- Um total de 27.197 funcionários, 70,8 por 100 da equipe, estão representados em comitês de saúde e segurança formados pela diretoria e por funcionários conjuntamente, que foram estabelecidos para ajudar a controlar e prestar assessoria sobre esta matéria.

### MODELO DE EMPRESA SAUDÁVEL

- Ações informativas e formativas, em matéria de saúde e hábitos saudáveis:
  - Foram dedicadas 10.071 horas ao treinamento específico de saúde e bem-estar.
  - A revista El Mundo da MAPFRE publicou, em 2015, os seguintes artigos na seção Estar Bem: A felicidade. Pautas para ser feliz; Os perigos da automedicação irresponsável; Reduzir horas de sono, uma opção que não devemos considerar; e Os benefícios da solidariedade.
- Promoção da saúde.
- Atividade física e alimentação.
- Bem-estar mental.
- Contexto Pessoal.

### BOA PRÁTICA: ESPANHA

- 1ª. Semana MAPFRE: Objetivo Saúde.



## DIVERSIDADE, IGUALDADE E NÃO DISCRIMINAÇÃO

### DIVERSIDADE

#### De gênero

- 37,8 por 100 dos funcionários com cargo de diretoria/chefia são mulheres.
- 52 mulheres ocupam cargos de Alta Diretoria ou cargos em Conselhos de Administração.
- O Conselho de Administração da MAPFRE S.A. conta entre os seus membros com três mulheres, o que representa 16,6 por 100 dos membros, 50 por 100 a mais que em 2014.

#### Funcional

- Programa Global de Deficiência, com implantação em 22 países.
- 479 funcionários com necessidades especiais em 21 países.

#### Cultural

- 65 nacionalidades convivem no Grupo.
- Nas Áreas Corporativas, há funcionários de 30 nacionalidades.
- 74,2 por 100 dos funcionários da Diretoria Executiva e diretores que trabalham nas empresas do Grupo são nativos do país no qual desenvolvem sua atividade.
- Foi promovida a mobilidade internacional que, em 2015, estimou que 118 funcionários mudaram seu posto de trabalho para outro país.

#### Geracional

- Geração Y: 16.437 funcionários.
- Geração X: 17.708 funcionários.
- Baby Boomers: 4.260 funcionários.
- Programa global de Trainees para impulsionar o talento jovem, incorporando 22 jovens de quatro nacionalidades (Espanha, China, Romênia e Turquia).
- Incorporação ao Observatório de Geração e Talento. Espanha.



## DIVERSIDADE, IGUALDADE E NÃO DISCRIMINAÇÃO

### IGUALDADE

- Desenvolvimento de ações específicas destinadas a incentivar a igualdade de oportunidades e o tratamento entre homens e mulheres, entre as quais estão:
  - O Programa de empoderamento de mulheres que desenvolve ações positivas para preparar mulheres para assumirem cargos de responsabilidade no Brasil.
  - Plano de Igualdade de Oportunidades, que estabelece medidas em matéria de acesso ao emprego, à promoção, ao treinamento, à remuneração e à comunicação. Espanha.
  - Assinatura do acordo com o Ministério de Saúde, Serviços Sociais e Igualdade da Espanha.
  - Adesão à rede de liderança da mulher, que monitora a evolução das mulheres nos cargos de liderança. Estados Unidos.

### NÃO DISCRIMINAÇÃO

- Seleção: A MAPFRE definiu um procedimento global de seleção que garante a objetividade, o rigor máximo e a não discriminação em todos os processos.
  - O número de processos de seleção realizados em 2015 foi de 7.029, dos quais 4.976 foram externos.
- Mobilidade: O Grupo conta com uma definição de estrutura homologada de cargos a nível global, o que oferece, de forma transparente, oportunidades de mobilidade.
  - A empresa tem um procedimento global de mobilidade interna definido que permite que os funcionários obtenham informações sobre as vagas que surgem, do perfil exigido e dos passos que devem dar para escolher o posto de trabalho.
  - No ano de 2015, das 7.029 vagas publicadas, 2.053 foram preenchidas por mobilidade interna e 53 por 100 resultaram em promoção.
- O número de licenças de maternidade no ano de 2015 foi de 954 e o número de licenças de paternidade foi de 546. O 86,7 por 100 das mulheres e 98,5 por 100 dos homens que desfrutaram dessa licença voltam ao trabalho assim que esse período termina.
- 756 funcionários se beneficiaram de um programa de integração de funcionários depois de uma licença de longa duração.
- A MAPFRE conta com uma Política de Respeito às Pessoas e um Protocolo para a Prevenção e o tratamento do assédio.



#### INOVAÇÃO

Mais de 44 produtos e serviços de segurança foram lançados em 2015.

#### PRODUTOS DE IMPACTO SOCIAL, DIRIGIDOS A GRUPOS DE BAIXO NÍVEL DE RENDA PARA GERAR VALOR À SOCIEDADE

Mais de 14 produtos em carteira em 5 países.

#### PRODUTOS E SERVIÇOS PARA REDUÇÃO DO IMPACTO AMBIENTAL

Mais de 11 produtos em 5 países.

#### MEIO AMBIENTE

<b>MUDANÇAS CLIMÁTICAS</b>	<b>Ecoeficiência em Edifícios</b>	– A estimativa é de que "Cool Biz", a campanha de conscientização de funcionários, tenha conseguido reduzir 200.000 kWh em consumo de eletricidade no verão de 2015.
	<b>Compra de energia verde</b>	– Quanto à energia elétrica total adquirida pelo Grupo na Espanha, 27 por cento é de origem renovável, o que representou 4.274 Tm de CO <sub>2</sub> de redução.
<b>GESTÃO EFICIENTE DOS RECURSOS</b>	<b>Energia</b>	– Redução do consumo de gás natural e de eletricidade através da renovação tecnológica das instalações e aperfeiçoamento das operações de monitoramento, atingindo mais de 100 Tm CO <sub>2</sub> e de economia.
	<b>Papel e tóner</b>	– Em 2015, 52 por 100 do papel consumido possuía um rótulo que certifica a gestão sustentável da exploração dos bosques.
	<b>Equipamentos informáticos fora de uso</b>	– 35 por 100 dos equipamentos doados, em relação ao total administrado.

## MAPFRE e os DIREITOS HUMANOS

O princípio geral número seis da Política de RSC da MAPFRE estabelece o compromisso que a MAPFRE adquire neste âmbito.

Por outro lado, a adesão da MAPFRE ao Pacto Mundial das Nações Unidas e a seus dez princípios, compromete diretamente a empresa com relação à defesa e à proteção dos Direitos Humanos, contidos na "Carta Internacional de Direitos Humanos", nos convênios da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e na Declaração de Princípios Fundamentais e Direitos do Trabalho.

Por isso, a MAPFRE se compromete no âmbito dos Direitos Humanos:

### – A evitar práticas discriminatórias ou que menosprezem a dignidade das pessoas:

- Procurando um ambiente de trabalho digno, seguro e saudável; adotando normas e procedimentos em matéria de prevenção de riscos e saúde no trabalho, evitando qualquer tipo de atitude discriminatória, de intimidação ou violência, de qualquer tipo, em função de gênero, origem étnica, credo, religião, idade, deficiência, afinidade política, orientação sexual, nacionalidade, cidadania, estado civil ou situação socioeconômica.
- Rejeitando o trabalho infantil e o trabalho forçado ou obrigatório

### – A respeitar a liberdade sindical, de associação e negociação coletiva dos seus funcionários, e respeitar o papel e responsabilidades que incumbem à representação dos trabalhadores de acordo com a legislação em vigor.

### – A oferecer um emprego digno:

- A MAPFRE remunera seus funcionários de forma digna, de acordo com suas competências, responsabilidades e funções. Tal remuneração estará alinhada com a legislação aplicável e com as condições dos mercados onde opera, permitindo satisfazer suas necessidades básicas e as das suas famílias.
- A MAPFRE garante aos seus funcionários o direito a um horário de trabalho que respeite o direito ao descanso. Proporcionará práticas de trabalho flexível, reconhecendo a necessidade dos funcionários de equilibrar a sua vida profissional com outros interesses e responsabilidades.
- A MAPFRE garante, também, o direito das pessoas à privacidade dos seus dados pessoais.

### – À implementação de procedimentos da diligência devida para identificar as possíveis situações de maior risco em relação com os direitos humanos e desenvolver os mecanismos para prevenir e reduzir tais riscos em suas atividades.

Para facilitar o cumprimento desses compromissos e para poder elaborar um Guia de Implementação no Grupo, será realizado um diagnóstico prévio mediante a aplicação da ferramenta de Implementação dos Princípios Corretores de Empresas e Direitos Humanos da Rede Espanhola de Pacto Mundial, entidade de referência neste âmbito

Em 2016, é iniciado o diagnóstico no Brasil, na Colômbia e na Espanha.

## Prêmios e reconhecimentos

Parte desta contribuição social é confirmada pelos prêmios e reconhecimentos que a MAPFRE recebeu em 2015.

- **A MAPFRE** foi premiada pelo seu projeto Marco Global da Internet para SDL e a Fecron
- **MAPFRE e VERTI**, "websites do ano 2015" no setor de seguros concedido pelo MetrixLab.
- **MAPFRE**, entre as empresas mais responsáveis e com melhor governança corporativa (MERCOS).
- **MAPFRE**, a companhia de seguros com melhor reputação na Espanha e na América Latina (MERCOS)
- **MAPFRE**, a melhor companhia de seguros para trabalhar na Espanha (MERCOS).
- A organização CDP-Driving Sustainable Economies condecorou a **MAPFRE** como uma das principais empresas a atuar contra a mudança climática, incluindo-a pela primeira vez na sua classificação Climate A-List.
- **MAPFRE**, empresa de "Nível Avançado" em matéria de RS pelo quarto ano consecutivo. Concedido pela iniciativa Global Compact das Nações Unidas
- **MAPFRE** é a companhia de seguros com melhor reputação e mais bem administrada da Espanha. Recebeu esta condecoração pelo Estudo de Êxito Empresarial desenvolvido pela consultora Advice.
- A Randstad reconhece a **MAPFRE** como a empresa mais atrativa do setor de seguros.
- **MAPFRE**, é premiada pela Câmara de Comércio Hispano-Turca pela sua contribuição para a relação entre os dois países.



Prêmio pelo projeto Marco Global da Internet



Randstad Awards 2015



Mapfre recebeu o prêmio da Câmara de Comércio Hispano-Turca

– Pelo segundo ano consecutivo, a Great Place To Work incluiu a **MAPFRE** na lista dos “Best Workplaces” na Espanha. Este reconhecimento marca um padrão de qualidade internacional dos locais de trabalho.

– A prefeitura de Valladolid reconhece a **MAPFRE** como empresa sensível à igualdade entre mulheres e homens com o XIV Prêmio “Empresa Sensível à Igualdade de Oportunidades entre Mulheres e Homens” MAPFRE, entre as companhias de seguros médicas com melhor reputação na Espanha.

– **MAPFRE**, entre as companhias de seguro médico com melhor reputação da Espanha, de acordo com o Monitor de Reputação Sanitária.

– A companhia de seguros da **MAPFRE** na Alemanha, Direct Line, premiada pelo seu serviço pela revista Focus Money e a agência Service Value.

– **MAPFRE MÉXICO** condecorada com o prêmio Innovation in Partnership da quarta Cúpula Anual de Seguros Massivos América Latina 2015.

– **MAPFRE MÉXICO**, entre as companhias de seguros mais bem avaliadas pela CONDUSEF.

– Top Car MAPFRE 2015 reconhece os melhores da indústria automóvel no **México**.

– **MAPFRE RE**, premiada como a Melhor Resseguradora da Venezuela, na quarta edição do Annual Latin American Insurance and Reinsurance Forum.

– **MAPFRE PARAGUAI** obtém o Certificado de Gestão Ambiental ISO 14001.

– **MAPFRE PARAGUAI**. A Revista Plus e o jornal 5 Dias concederam à MAPFRE PARAGUAI o prêmio Top of Mind 2015 na categoria “Companhias de Seguro”, posicionando a empresa como a mais conhecida no setor naquele país latino-americano, pelo quarto ano consecutivo.



Prêmio Best Place To Work Espanha



MAPFRE RE, melhor resseguradora da Venezuela

– **BB MAPFRE**, uma das empresas mais sustentáveis do Brasil pelo guia EXAME.

– **BB MAPFRE** condecorada como empresa Top Employer pelo Instituto Internacional de Certificação (Top Employers Institute). Este certificado presta reconhecimento às empresas que alcançam a excelência nas condições de trabalho oferecidas aos seus funcionários.

– **InsureandGo** condecorada nos British Travel Awards na categoria Best Travel Insurance Provider (Melhor Provedora de Seguros de Viagem).

– **MAPFRE de Malta** recebe a medalha Best Buy Award baseada em um estudo realizado pela ICERTIA.

– **MAPFRE COLÔMBIA** condecorada pela Secretaria Distritos de Ambiente de Bogotá como uma organização responsável pela sua gestão ambiental.

– **MAPFRE**, selecionada como uma das Melhores Empresas para Trabalhar no **Peru, Argentina e Colômbia** (MERCOSUL).

– **MAPFRE ASISTENCIA** recebeu o prêmio de Inovação e Excelência Corporate LiveWire.

– **BB MAPFRE** passa a fazer parte da Assembleia de Diretores de PSI (Princípios de Sustentabilidade no Seguro), uma proposta global das Nações Unidas para o Meio Ambiente e para a Iniciativa Financeira.

– **A MAPFRE** assina a declaração do setor seguros das Nações Unidas em apoio à redução do risco de desastres.

– **A MAPFRE** sobe 19 posições no ranking MERCOSUL na Argentina, chegando ao posto número 32, e é a segunda seguradora mais prestigiosa neste país.

– **A MAPFRE** é premiada pelos 15 anos de Liderança em Reputação nos prêmios ABC que reconhece as empresas incluídas no Monitor Empresarial de Reputação Corporativa (MERCOSUL).



O informe MERCOSUL destaca a MAPFRE entre as empresas mais responsáveis

## Principales asociaciones

[G4-15, 16]

TERRITORIAL IBÉRIA	
<b>Espanha</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>_ Pesquisa Cooperativa entre Entidades Seguradoras (ICEA)</li><li>_ União Espanhola de Entidades de Seguros e Resseguros (UNESPA)</li><li>_ Associação de Instituições de Investimentos Coletivos e Fundos de Aposentadoria (INVERCO)</li><li>_ Instituto de Auditores Internos da Espanha</li><li>_ Associação Espanhola de Gestão de Riscos (AGERS).</li><li>_ Associação para o Desenvolvimento da Experiência do Cliente (DEC)</li><li>_ Associação Espanhola de Marketing Direto e Academia de Ciências e Artes de Televisão</li></ul> <p><b>Institucionais</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>_ Red Espanhola do Pacto Mundial</li><li>_ Corporate Excellence</li><li>_ Iniciativa Financeira do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEPFI)</li><li>_ CRO Fórum - Associação de Genebra</li><li>_ European Financial Services Roundtable</li><li>_ The European Insurance CFO Forum</li><li>_ Pan-European Insurance Forum</li><li>_ International Union of Marine Insurance (IUMI)</li><li>_ Associação Latino-americana de Subscritores Marítimos (ALSUM)</li><li>_ Associação Internacional de Seguradoras de Engenharia (IMIA)</li><li>_ União Internacional de Seguradoras Aeroespaciais (IUAI)</li><li>_ Organização Mundial do Turismo (OMT)</li><li>_ Mesa-redonda de Chefes de Compliance de Companhias de Seguros Multinacionais (MICOR)</li></ul>
<b>Portugal</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>_ Associação Portuguesa de Seguradores</li><li>_ Câmara de Comércio e Indústria Luso Espanhola</li></ul>

## TERRITORIAL LATAM

### ● Argentina

- \_ Associação Argentina de Produtores Assesores de Seguros (AAPAS)
- \_ Associação Argentina de Companhias de Seguros (AACCS)
- \_ Câmara Espanhola de Comércio da República Argentina (CECRA)

### ● Brasil

- \_ Associação Brasileira de Anunciantes (ABA)
- \_ Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Complementar e Capitalização (CNSEG)
- \_ Federação das Empresas de Previdência e Vida (FENAPREVI)
- \_ Federação Nacional de Seguros Gerais (FENSEG)
- \_ Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE)
- \_ Câmara Oficial Espanhola de Comércio no Brasil
- \_ Iniciativa Financeira do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEP FI)
- \_ Câmara de Comércio dos EUA (AMCHAM)
- \_ Academia Nacional de Seguros e Previdência (Academia Nacional de Seguros y Previsión) NSP

### ● Chile

- \_ Associação Chilena de Empresas de Seguros do Chile (AACH)
- \_ Câmara Oficial Espanhola de Comércio do Chile (CAMACOES)

### ● Colômbia

- \_ Associação Colombiana de Técnicos de Resseguros (ACTER)
- \_ Associação Colombiana de Direito de Seguros (ACOLDESE)
- \_ Associação de Atuários
- \_ Câmara de Comércio de Bogotá (CCB)
- \_ Centro de Experiências e Segurança Viária da Colômbia (CESVICOLOMBIA)
- \_ Conselho Colombiano de Segurança (CCC)
- \_ Federação de Companhias de Seguros da Colômbia (FASECOLDA)
- \_ Fundação de Companhias de Seguros da Colômbia (FUNDASEG)
- \_ Instituto Nacional de Seguros (INS)
- \_ Associação de Pesquisa de Marketing de Seguros (LIMRA)
- \_ Associação de Administração Agências de Vida (LOMA)

## TERRITORIAL LATAM

 <b>Guatemala</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>_ Associação Guatemalteca de Instituições de Seguros</li><li>_ Associação de Gerentes da Guatemala (AGG)</li></ul>
 <b>Honduras</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>_ Câmara de Seguradores de Honduras</li></ul>
 <b>México</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>_ Associação Mexicana de Instituições de Seguros (AMIS)</li><li>_ Centro de Experimentação e Segurança Viária (CESVI)</li><li>_ Associação Latino-americana do Seguro Agropecuário (ALASA)</li><li>_ Colégio Nacional de Atuários (CONAC)</li><li>_ Associação Mexicana Automobilística</li><li>_ Colégio Nacional de Atuários (CONAC)</li></ul>
 <b>Nicarágua</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>_ Associação Nicaraguense de Companhias de Seguros Privadas (ANAPRI)</li></ul>
 <b>Panamá</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>_ Associação Panamenha de Companhias de Seguros (APADEA)</li><li>_ Câmara Panamenha de Empresas de Corretagem de Seguros (CAPECOSE)</li><li>_ Superintendência de Seguros</li><li>_ Câmara de Comércio</li></ul>
 <b>Paraguai</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>_ Associação Paraguaia de Empresas de Seguros. (APCS)</li><li>_ A C.A.P. - Câmara de Anunciantes do Paraguai.</li><li>_ Câmara Oficial Espanhola de Comércio no Paraguai.</li><li>_ Associação Paraguaia para a Qualidade</li></ul>
 <b>Peru</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>_ Associação Peruana de Empresas de Seguros (APESEG)</li><li>_ Câmara de Comércio Hispano-Peruana</li><li>_ Câmara de Comércio Ítalo-Peruana</li><li>_ Associação Peruana de Instituições de Atendimento à Saúde (APEPS)</li></ul>

## TERRITORIAL LATAM

### Porto Rico

- \_ Associação de Empresas de Seguros de Porto Rico (ACODESE)
- \_ Associação de Subscrição em Conjunto de Seguro de Incêndio e Linhas Aliadas
- \_ Associação de Garantia de Seguros Diversos
- \_ Pool de Riscos Atribuídos de Automóveis de Porto Rico
- \_ Sindicato de Seguradoras para a Subscrição em Conjunto de Seguro de Responsabilidade Médico-Hospitalar.
- \_ Associação de Garantia de Seguro de Vida e Deficiência.
- \_ Associação de Executivos de Vendas e Marketing de PR
- \_ Câmara Oficial Espanhola de Comércio em Porto Rico
- \_ Sociedade de Gestão de Recursos Humanos
- \_ A Associação de Seguros e Fidelidade da América
- \_ Mortgage Banker
- \_ Postal Customer Council (US Postal Service)

### República Dominicana

- \_ Câmara Dominicana de Seguradoras e Resseguradoras (CADOAR)
- \_ Associação Dominicana de Corretoras de seguros (ADCOSE)

### Uruguai

- \_ Associação Uruguia de Empresas de Seguros (AUDEA)

### Venezuela

- \_ Câmara de Seguros da Venezuela
- \_ Câmara Venezuelana-Espanhola
- \_ Câmara de Comércio

## TERRITORIAL INTERNACIONAL

### Alemanha

\_ Associação alemã da indústria do seguro (GDV)

### Bélgica

\_ Union Professionnelle des Entreprises d'Assurances (ASSURALIA)

\_ Associação Holandesa de Seguradoras (NRV)

\_ Associação Francesa de Profissionais de Resseguro (APREF)

### China

\_ Câmara de Comércio da Espanha na China.

### EUA

\_ Região Central: Ohio Ins Institute, Ind Ins Agents & Brokers of Oregon, Ind Insurance Agents of Kentucky, Professional Independent Agents Association of Ohio, Ins Brokers of Northern Ohio, Prof Ins Agents of Tennessee, Professional Ins Agents OR/ID Western Alliance, Professional Ins Agents WA K-Klub, Cincinnati Insurance Board, Power of More Chamber-Westlake, Grove City Chamber of Commerce, Dublin Chamber of Commerce, Powell Chamber of Commerce, Upper Arlington Chamber of Commerce, Stow Chamber of Commerce, Business Networking International.

\_ New England: Massachusetts Association of Insurance Agents (MAIA), Independent Insurance Agents of Connecticut (IIAC), Professional Insurance Agents of Connecticut (PIACT), Independent Insurance Agents of Rhode Island (IIARI), Professional Insurance Agents of NH (PIANH), and the Independent Insurance Agents of NH (IIANH).

\_ Florida: Florida Association of Insurance Agents (FAIA) Seminole County Chamber of Commerce, Central Florida Hispanic Chamber of Commerce. Spain-US Chamber of Commerce, Latin American Association of Insurance Agents

\_ Pensilvânia - Pennsylvania Insurance Agents & Brokers (PA Chapter), Philadelphia Insurance Society. Pittsburgh Insurance Club

\_ Resseguro: PCI, IRU, NAMIC, CIRB

## TERRITORIAL INTERNACIONAL

### Filipinas

- \_ Câmara Oficial Espanhola de Comércio nas Filipinas
- \_ Philippine Insurers and Reinsurers Association (PIRA)
- \_ The Spanish Chamber of Commerce in the Philippines.

### Malta

- \_ Malta Employers Association (MEA)

### Turquia

- \_ Association of the Insurance, Reinsurance and Pension Companies of Turkey (TSB)
- \_ Associação Internacional de Investidores da Turquia (YASED)
- \_ HR Association (PERYON)
- \_ Training and Development Platform of Turkey (TEGEP)



05



## A dimensão ambiental da MAPFRE

Desde que aderiu à Declaração de Meio Ambiente do Setor de Seguros, sob o patrocínio do Programa Ambiental das Nações Unidas, A MAPFRE tem reforçado de forma permanente seu compromisso com o meio ambiente e a sustentabilidade, fomentando a gestão adequada do meio ambiente tanto nas empresas como em outros agentes sociais.

As mudanças econômicas-financeiras, a necessidade de evoluir para uma economia baixa em carbono e a sensibilização da sociedade ante os desafios do meio ambiente como a mudança climática têm fomentado novas atuações e a adesão a novos compromissos por parte da MAPFRE nesta matéria.

Prova do esforço em renovar os compromissos baseados na melhora contínua das atuações e na expansão a nível global da gestão ambiental nos países nos quais a MAPFRE atua, neste capítulo são abordados os resultados alcançados em 2015 e as linhas de trabalho definidas para o período 2016-2017, contemplando a importância (materialidade) dos diversos aspectos para o conjunto dos grupos de interesse.



## 5.1. O COMPROMISSO DA MAPFRE COM O MEIO AMBIENTE E A SUSTENTABILIDADE

### [G4-FS1]

Em 2004, a MAPFRE desenvolveu e tornou pública a sua Política Ambiental, com foco na prevenção da poluição e cuidado com o meio ambiente. Desde então, e conforme a evolução da problemática identificada, esta política sofreu diversas revisões para incorporar a adesão a novos compromissos adequados ao ambiente e aos requerimentos internos e dos grupos de interesse.

Em 2014, esta política Corporativa foi novamente revisada e aprovada, incluindo, além dos critérios de gestão energética do grupo através do desenvolvimento de atuações em matéria de eficiência energética, já incluídos em revisões anteriores, novos desafios como a gestão da mudança climática e a preservação da biodiversidade. A Política Ambiental Corporativa foi referendada pelo Conselho de Administração da MAPFRE em 2015, estabelecendo-se os seguintes pilares de atuação:

Os compromissos assumidos na Política, são reforçados com a adesão da MAPFRE a iniciativas internacionais e locais em favor do desenvolvimento sustentável (ver pág. 39) e pelo Plano Estratégico Corporativo de Eficiência Energética e Mudança Climática em 2020, que estabelece a redução de 20 por 100 de toneladas de CO<sub>2</sub>e respeito pela pegada de carbono do Grupo em 2013 (redução de 14.710.519 kWh e 9.924 toneladas de CO<sub>2</sub>e, em relação ao ano 2013).



### INTEGRAÇÃO DO AMBIENTE NA COMPANHIA

- \_ Integração de critérios ambientais em processos de análise de risco e tomadas de decisão relativas a investimentos, bem como à cadeia de abastecimento, administração de propriedades e outros, que poderiam exercer impacto relativo ao meio ambiente, à energia ou ao clima.
- \_ Desenvolvimento de produtos e serviços que contribuam para aprimorar a gestão de risco ambiental, o consumo sustentável de energia e ajudam a reduzir as emissões de gases de efeito estufa.



## GESTÃO AMBIENTAL

\_ Conformidade com a legislação atual e outros compromissos assumidos voluntariamente, bem como adoção de medidas para a realização de melhorias contínuas através do Sistema Integrado de Gestão Ambiental, de Energia e da Pegada de Carbono.

\_ Uso racional de recursos para a minimização da pegada de carbono e seu controle, minimização do consumo de água, papel e energia, redução da geração de resíduos e sua reciclagem, sempre que possível. Isto pode ser obtido através de melhores práticas apropriadas para o ambiente, energia e ecológicas, bem como o fomento de energia renovável para compensação das emissões de gases de efeito estufa.



## FOMENTO DA RESPONSABILIDADE AMBIENTAL DA SOCIEDADE

\_ Disponibilizar aos funcionários recursos que ajudam a atingir os objetivos ambientais, eficiência energética e processos de adaptação e compensação da MAPFRE relativos à mudança climática, contribuindo assim para o desenvolvimento sustentável.

\_ Desenvolvimento de medidas voltadas a aumentar a conscientização da sociedade quanto a aspectos ambientais, de energia e da mudança climática através de ações educacionais, de conscientização e disseminação, bem como a integração desses componentes na nossa cadeia de valor.

\_ Contribuição para a pesquisa, desenvolvimento e implementação de conhecimento científico e tecnológico que visa preservar a biodiversidade ambiental, os recursos energéticos e a resposta à mudança climática, bem como a participação em congressos nacionais e internacionais e fóruns que fomentam e prestam suporte a iniciativas neste campo.



## 5.2. CONSECUÇÃO DE RESULTADOS 2015

[EN6]

### 5.2.1. Destaques 2015

2015 foi um ano marcado pela grande quantidade de iniciativas e compromissos assumidos pela MAPFRE em matéria de atenuação e adaptação à mudança climática, promovidas como “chamada à ação” para contribuir para o êxito da Cúpula do Clima celebrada em Paris no final do ano. Aqui são apresentados alguns marcos destacados:

<p><b>CERTIFICAÇÃO ISO 14001 E 50001</b></p> <p>Novos edifícios na Espanha, Colômbia, Paraguai e Portugal</p> 	<p><b>LÍDER NO CARBON DISCLOSURE PROJECT</b></p> <p>Inclusão no Índice de Liderança, Desempenho Climático 99A e no Índice Mudança Climática Global do CDP</p> 	
<p><b>CAMPANHA "COOL BIZ"</b></p> <p>Economia de energia em aquecimento</p> 	<p><b>COMPROMISSO COM A "HORA DA TERRA" EM 17 PAÍSES</b></p> 	
<p><b>SIGNATÁRIA DO PACTO DE DIVERSIDADE</b></p> 	<p><b>SIGNATÁRIA DO "GREEN CORPORATE"</b></p> 	
<p><b>CRIAÇÃO DE NOVO CURSO DE E-LEARNING SOBRE MEIO AMBIENTE</b></p>	<p><b>ADESÃO À INICIATIVA "100 EMPRESAS PELAS FLORESTAS"</b></p> 	<p><b>PROMOTORA DO "EMPRESARIADO ECOLÓGICO" E DO II FÓRUM INTERNACIONAL SOBRE RESTAURAÇÃO ECOLÓGICA</b></p>

**INTEGRAÇÃO NO GRUPO  
ESPANHOL PARA  
CRESCIMENTO ECOLÓGICO**



**VERIFICAÇÃO DA PEGADA  
DE CARBONO CONFORME  
A ISO 14064**

**COMPRAR ENERGIA  
ECOLÓGICA PARA A  
ESPANHA**

**SIGNATÁRIA DA  
DECLARAÇÃO DA ONU  
DO SETOR DE SEGUROS**



**CONCURSO  
DE FOTOGRAFIA DIGITAL:  
“OBJETIVO BIODIVERSIDADE”**



**SIGNATÁRIA DA DECLARAÇÃO  
DE BARCELONA**



**ADESÃO À INICIATIVA  
“UM MILHÃO DE  
COMPROMISSOS  
PELO CLIMA”**



**SIGNATÁRIA DO  
“PARIS PLEDGE  
FOR ACTION”**

## 5.2.2. Resultados 2015

A seguinte tabela mostra as ações realizadas em 2015 e as conquistas alcançadas por cada um dos objetivos estabelecidos pelo Comitê de Segurança e Meio Ambiente corporativo para 2015:



OBJETIVOS 2015	AÇÕES REALIZADAS E CONQUISTAS OBTIDAS
<b>Atualização do Plano de Conscientização e divulgação ambiental corporativo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Revisão e estabelecimento de novos requisitos do curso e-learning corporativo para uso a nível internacional</li> <li>– Calendário ambiental corporativo.</li> <li>– Desenvolvimento de ações de difusão ambiental e participação global (Hora do Planeta e Dia Mundial do Meio Ambiente).</li> </ul>
<b>Ampliação do alcance do Plano de Expansão Ambiental Internacional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Certificado ISO 14001 da sede da MAPFRE Paraguai.</li> <li>– Certificação ISO 14001 da sede da MAPFRE Portugal.</li> <li>– Certificação ISO 14001 da sede da Diretoria Territorial Canárias em Palmas de Gran Canaria e Santa Cruz de Tenerife (Espanha).</li> <li>– Implantação do Sistema de Gestão Ambiental e Energético Corporativo na:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• MAPFRE República Dominicana</li> <li>• MAPFRE Chile</li> </ul> </li> </ul>
<b>Melhoria da Ecoeficiência da MAPFRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Compra verde de energia na Espanha: 57 por 100 da energia para baixa tensão, procede de fontes renováveis.</li> <li>– Ampliação do alcance do certificado ISO 50001 para os edifícios-sede das Diretorias Gerais Territoriais Leste em Valência, Sudoeste, em Sevilha e centro em Valladolid, todas na Espanha.</li> <li>– Cálculo da Pegada de Carbono Operacional da MAPFRE.</li> </ul>



#### OBJETIVOS 2015

#### AÇÕES REALIZADAS E CONQUISTAS OBTIDAS

**A integração entre o Sistema de Gestão Ambiental e Energética (SIGMAYE) e o Sistema de Relatório e Cálculo da "Pegada de Carbono" Corporativa, conforme a Norma ISO 14064**

- Atualização da Política Ambiental da MAPFRE com compromissos em relação à gestão da mudança climática e gases de efeito estufa.
- Cálculo da Pegada de Carbono do Grupo MAPFRE na Espanha sob a norma ISO 14064. Verificação do cálculo por meio de empresa acreditada. Registro do cálculo da pegada de carbono do Grupo Mapfre na Espanha no Registro de pegada de carbono, compensação e projetos de absorção de dióxido de carbono do Ministério de Agricultura, Alimentação e Meio Ambiente
- Integração do sistema sob a norma ISO 14064 no SIGMAYE Corporativo para o cálculo da pegada de carbono da MAPFRE.
- Início da implementação do cálculo da pegada de carbono do Grupo MAPFRE na Colômbia e em Porto Rico sob a norma ISO 14064.

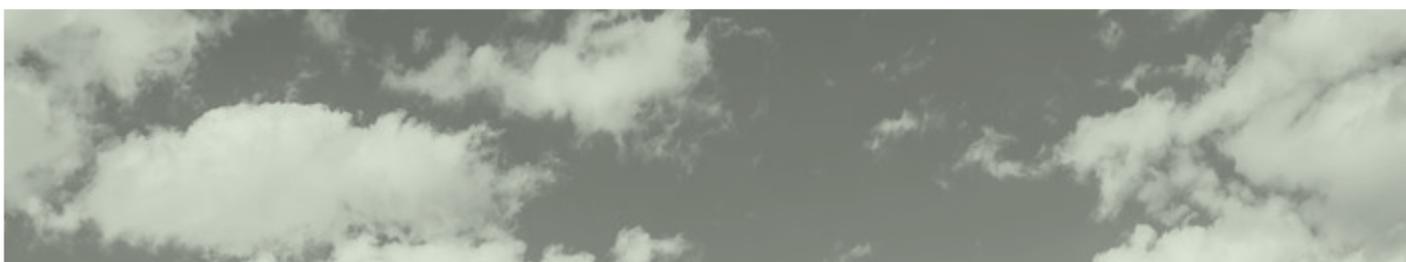


## OBJETIVOS 2015

## AÇÕES REALIZADAS E CONQUISTAS OBTIDAS

### Otimização da Gestão Energética (em relação a 2014, período base do SGE)

- Implementação de boas práticas identificadas na ISO 50001 em edifícios que abrigam algumas sedes (freecooling, ajustes de temperaturas de referência, horários e renovação de iluminação), ajuste de horários no funcionamento de equipamentos, obtendo uma redução de 96.828 kWh de consumo elétrico.
- Economia energética estimada de 287.568 kWh em climatização dos edifícios da Espanha durante a temporada de verão. Campanha “CoolBiz”.
- Economia do consumo de gás de 111.763 kWh na Sede Social de Majadahonda (Madri).
- Economia em consumo elétrico e de gás em climatização de 12.256 kWh por ajuste de tempos e temperaturas e uso de ar primário nos edifícios da Espanha: Oviedo e Sevilha; bem como por renovação de equipamentos principais em edifícios da Espanha: Málaga e rua Bárbara de Braganza (Madri), edifício de San Juan (Porto Rico) e edifício de Webster (Massachusetts, Estados Unidos).
- Economia em consumo elétrico em iluminação de 45.500 kWh por substituição de lâmpadas LED e ajuste de tempos de ligação nos edifícios da Espanha: Aravaca (Madri), M1, M2, M3 de Majadahonda (Madri), rua Recoletos 25, em Madri e Málaga; em Porto Rico: edifício de San Juan em Porto Rico; e nos Estados Unidos: edifício de Webster (Massachusetts).
- Economia no consumo energético de 15 por 100 kWh por ajuste dos horários dos escritórios no Brasil.
- Economia em consumo elétrico em iluminação por substituição de rótulos exteriores no edifício de Oviedo (Espanha) e das iluminações exteriores nas sucursais de Porto Rico de 17.500 kWh.
- Economia do consumo elétrico de 6.000 kWh em equipamentos de automação, por meio da implementação de ferramentas de gestão da energia nos edifícios na Espanha do Paseo de Recoletos 23 e da Rua Bárbara de Braganza (ambos em Madri).
- Instalação e calibração de analisadores de rede e SW para o controle e gestão de instalações e consumos associados (Powerstudio, BMS, etc).
- Desenvolvimento do projeto para a renovação do quadro de manobras de elevadores na Espanha, Torre MAPFRE, em Barcelona, com uma economia estimada de 120.000 kWh no mencionado uso energético.



OBJETIVOS 2015	AÇÕES REALIZADAS E CONQUISTAS OBTIDAS
<b>Cálculo e relatório da Pegada de Carbono de produtos/serviços para empresas da carteira da MAPFRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cálculo da pegada de carbono dos produtos, correspondente às apólices emitidas em conformidade com os requerimentos do cliente.</li> <li>– Cálculo da pegada de carbono da organização na qualidade de fornecedor de serviços em conformidade com os requerimentos do cliente.</li> </ul>
<b>Redução dos requisitos energéticos em produtos e serviços</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Economia do consumo elétrico em equipamentos de automação de escritórios, com a implantação de ferramentas de gestão da energia em fornecedores (rede comercial de agências delegadas). Redução do consumo elétrico 560.633 kWh com relação a 2012, ano de implementação da ferramenta.</li> </ul>
<b>Avaliação do impacto ambiental da organização por cliente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Auditorias ambientais como fornecedores.</li> <li>– Preenchimento de questionários de avaliação ambiental, em conformidade com os requerimentos do cliente.</li> </ul>

### 5.3. O SISTEMA INTEGRADO DE GESTÃO AMBIENTAL, ENERGÉTICA E DE PEGADA DE CARBONO

[G4-FS4, FS9]

A MAPFRE desenvolve suas ações de caráter ambiental conforme as diretrizes definidas no Sistema de Gestão Ambiental, Energética e de Pegada de Carbono (SIGMAYE), projetado de acordo com as normas internacionais ISO 14001, ISO 50001 e ISO 14064, e que constitui o marco comum para gerenciamento de todos os aspectos associados à sustentabilidade ambiental, incluindo os energéticos e as emissões de gases de efeito estufa (GEE).

O estabelecimento de objetivos a nível corporativo, bem como específicos a nível local, permite medir o nosso desempenho ambiental nos processos operacionais, bem como assegurar o cumprimento da legislação em vigor aplicável nesta matéria, fornecendo critérios mínimos de cumprimento em países onde a legislação está menos desenvolvida.

Por outro lado, o grau de implementação do SIGMAYE e sua evolução representa uma garantia de sucesso no funcionamento nos diferentes âmbitos (ambiental, energético e emissões GEE), já que seu desenho transversal e o caráter global de seus processos permitem identificar as melhores práticas e implementá-las a nível corporativo, assegurando de forma permanente a melhoria contínua de nossas atuações.

Além disso, são estabelecidos processos de controle e avaliação periódicos que permitem verificar o cumprimento dos programas definidos, bem como a manutenção e controle das instalações suscetíveis de gerar impactos significativos, buscando um rendimento ótimo além do cumprimento estabelecido pela normativa.

Em relação a multas de caráter ambiental, em 2015 recebeu-se a comunicação de uma sanção para a oficina de automóveis da MULTISERVICAR em Porto Rico, com um valor de \$ 3.000, devida ao etiquetado inadequado dos recipientes de resíduos perigosos.

AUDITORIAS AMBIENTAIS DE ATIVOS			2015	2014
Diagnósticos e Supervisões Ambientais	FS9	Unidades	11	18
Auditorias ambientais internas	FS9	Unidades	41	33
Auditorias ambientais de certificação	FS9	Unidades	26	22
Porcentagem de ativos sujeitos a controles ambientais	FS9	Porcentagem	25,04	21,58

A MAPFRE põe à disposição da sustentabilidade ambiental os recursos necessários para atingir seus objetivos e metas, buscando sempre critérios de eficácia e eficiência. Os serviços aos quais se destinam as principais quotas reunidas como gastos ambientais são os seguintes:

- Gestão de resíduos.
- Serviços de consultoria e assessoramento em Gestão Ambiental e Eficiência Energética e de Pegada de Carbono.
- Supervisões, auditorias e verificações externas para a Certificação do Sistema Integrado de Gestão (SIGMAYE).
- Participação em campanhas, fóruns e instituições.

Aos custos dos resíduos mencionados, são adicionados os custos salariais e operacionais do pessoal dedicado, de forma exclusiva, à gestão ambiental.

CUSTOS AMBIENTAIS			2015	2014
Gestão ambiental	EN31	Milhares de euros	128,60	47,07
Gestão de resíduos	EN31	Milhares de euros	469,12	375,32
Pessoal e incentivos	EN31	Milhares de euros	508,90	471,09
Institucionais	EN31	Milhares de euros	99,57	15,84
Outros	EN31	Milhares de euros	46,94	76,34

Desde 2004, já são mais de 9.640 funcionários da MAPFRE os que trabalham em edifícios certificados de acordo com o SIGMAYE. Deste modo, 61,50 por 100 do volume de prêmios da companhia é gerenciado em edifícios que estão em conformidade com os compromissos de proteção do meio ambiente, de incentivo à eficiência energética e de gestão da mudança climática assumidos pela MAPFRE em sua política ambiental.

FUNCIONÁRIOS CERTIFICADOS	2015	2014	% Variación
Funcionários sob o certificado de gestão ambiental (ISO 14001)	9.644	8.019	20%
Funcionários sob o certificado de gestão energética (ISO 50001)	4.305	3.336	29%
Funcionários sob verificação da pegada de carbono (norma ISO 14064)	11.089	0	Não se aplica

### 5.3.1. Plano de Expansão Ambiental Internacional

A implementação do SIGMAYE iniciou-se em 2005, dirigindo-se inicialmente para os edifícios representativos da MAPFRE localizados na Espanha, onde a atividade era de carácter administrativo e na qual se concentravam tanto um elevado volume de negócio como a maior percentagem das capacidades do Grupo em matéria ambiental. Durante esta primeira etapa, eram contemplados aspectos puramente ambientais, uma vez que a gestão energética não foi incluída no sistema de gestão até 2009.

Atualmente, são já 28 edifícios e 3 oficinas de reparação de veículos os que estão certificados sob a norma ISO 14001 neste país.

Em 2010, é aprovado o Plano de Expansão Ambiental Internacional 2010-2012 dirigido inicialmente a MAPFRE ARGENTINA, MAPFRE BRASIL, MAPFRE COLOMBIA, MAPFRE MÉXICO e MAPFRE PUERTO RICO, como países pioneiros na implementação do modelo ambiental corporativo.

Atualmente, está sendo trabalhado no Chile, República Dominicana e Venezuela, encontrando-se já certificadas as sedes da MAPFRE no Brasil, Colômbia, México, Porto Rico e Paraguai, e superada a auditoria de certificação na sede da MAPFRE em Portugal. Na Colômbia, também foi certificada, em 2015, a sede da ANDIASISTENCIA.

O processo de expansão do SIGMAYE é composto por uma análise inicial para a seleção dos países, na qual são levados em consideração os seguintes critérios:



Depois de seleccionados os países, o projeto de implementação do Sistema de Gestão começa com os aspectos ambientais de acordo com a Norma ISO 14001, por ser a que melhor permite conhecer todos os impactos resultantes da atividade no meio ambiente. Depois de alcançados os objetivos definidos no Sistema de Gestão Ambiental, introduz-se a execução do inventário da Pegada de Carbono, que permite desenvolver os consumos da instalação em detalhe, já inventariados inicialmente na parte ambiental (ver página 179 para obter mais informações).

Por último, e conhecendo em detalhe os consumos energéticos através do inventário, cm como o seu uso, introduz-se o Sistema de Gestão Energética com o objeto de melhorar a eficiência de nossas instalações nessa matéria, bem como reduzir a pegada de carbono contemplada no inventário (ver página 177 para obter mais informações).



## SIGMAYE coverage



Certificado de Gestão Ambiental ISO 14001 em 31 em 31 edifícios de sedes da entidade e oficinas Multiservicar

Certificado de Gestão de Energia ISO 50001 em 9 edifícios que são sedes de entidades do Grupo

### Plano de Estratégia Ambiental Corporativa

9.644 funcionários no mundo trabalham sob o certificado de gestão ambiental

Verificação e cálculo da pegada de carbono na Espanha conforme a norma ISO 14064

Expansão Internacional do SIGMAYE em 11 países

Nota: O alcance do SIGMAYE em 2015 abrange a Argentina, Brasil, Colômbia, Chile, Espanha, México, Paraguai, Portugal, Porto Rico, República Dominicana e Venezuela.



## Best Practice 2015

### Pontos Fortes do SIGMAYE (de acordo com a auditoria de certificação):

Desenvolvimento do novo curso e-learning corporativo de Meio Ambiente.

Identificação da legislação exaustiva e detalhada.

Controle da manutenção de instalações e dos consumos.

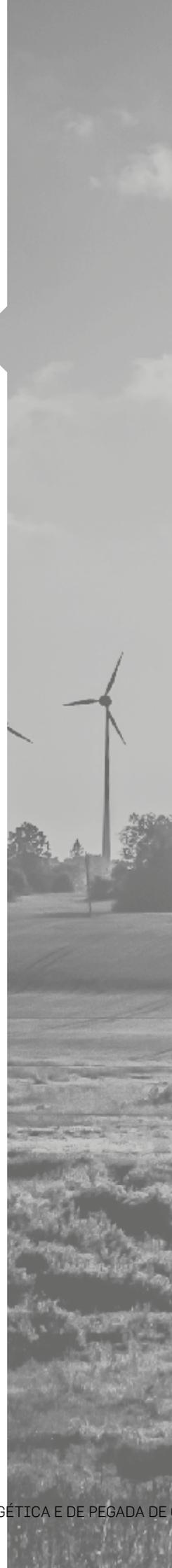
Tendências positivas de redução em alguns aspectos ambientais (redução do consumo eléctrico e de gás em edifícios certificados e redução do consumo de papel).

Comunicação interna e sensibilização de funcionários (campanhas de reciclagem, uso responsável de energia, água, papel, etc.)

Compromisso ambiental mais além do cumprimento da legislação em vigor em matéria de gestão de resíduos.

Treinamento ambiental e auditorias a fornecedores críticos.

Obras de melhoria das instalações com critérios ambientais e de sustentabilidade



## 5.4. MUDANÇA CLIMÁTICA

Entende-se por mudança climática uma alteração no clima atribuída direta ou indiretamente à atividade humana, que altera a composição da atmosfera mundial e que é somada à variabilidade natural do clima observada durante períodos de tempo comprováveis.

---

Fonte: Convenção-Quadro das Nações Unidas para a Mudança Climática - UNFCCC

### 5.4.1. Estratégia da mapfre para a atenuação e adaptação à mudança climática

**[G4-FS2, FS5]**

Contribuir para a redução das emissões de gases com efeitos de estufa (GEE), geradas pela organização durante o desenvolvimento da sua atividade, supões tanto um desafio como uma oportunidade para a MAPFRE, o que evidência seu compromisso na luta contra a mudança climática. Neste sentido, a MAPFRE identifica a luta contra a mudança climática como um elemento-chave da sua atuação em matéria de responsabilidade ambiental.

A articulação do compromisso mencionado anteriormente, requer um conhecimento do contexto ambiental atual, que parte de uma análise das tendências existentes.

# ALERTA



## MUDANÇA CLIMÁTICA

### AUMENTO DA PRESSÃO DOS ÓRGÃOS DE REGULAÇÃO

Flutuação dos preços de abastecimento de energia.

Realização dos compromissos de redução de emissões da União Europeia.

Aumento de pressão dos órgãos de regulação em determinadas regiões onde a companhia tem operações.

### FENÔMENOS METEOROLÓGICOS EXTREMOS

Aumento da frequência e seus efeitos, repercutindo sobre a sinistralidade e a continuidade das operações.

Aumento do consumo de energia para a climatização devido ao aumento da temperatura externa e das ondas de calor.

### CONSCIENTIZAÇÃO DOS GRUPOS DE INTERESSE

Potencialização da sustentabilidade e combate da mudança climática, como critérios de investimento.

Aumento da conscientização social quanto ao assunto, que também compete aos clientes.

Aumento da conscientização empresarial.

Apresentação dos requisitos ambientais relativos à aquisição de produtos e serviços.

A atenuação e adaptação à mudança climática pelos órgãos, companhias e sociedade deve implicar uma transformação global para uma economia baixa em carbono. Neste sentido, cada vez é maior a demanda de nossos grupos de interesse acerca de iniciativas e compromissos concretos da companhia na redução de emissões de gases de efeito estufa para a luta contra a mudança climática.

O desejo do Grupo em ter um papel relevante na matéria, bem como os riscos e oportunidades que implica a transformação para uma economia baixa em carbono, requerem o desenvolvimento de uma estratégia a longo prazo que articule as diferentes atuações.

Neste sentido, a MAPFRE definiu um conjunto de linhas de ação de luta contra a mudança climática que estão reunidas no Plano Estratégico Corporativo de Eficiência Energética e Mudança Climática, com o horizonte temporal de 2020.

Neste plano, são desenvolvidas ações de redução de emissões de gases de efeito estufa nas instalações do Grupo, estabelecendo o compromisso de redução de 14.710.519 kWh e 9.924 toneladas de CO<sub>2</sub>e, com relação a 2013, o que significa uma redução de 20 por 100 das emissões de gases de efeito estufa.

A execução do Plano Estratégico Corporativo de Eficiência Energética e Mudança Climática, requer o envolvimento de diferentes áreas técnicas especializadas dentro do Grupo, e que se coordenem através dos seguintes grupos de trabalho corporativos:

#### **– GRUPO DE TRABALHO ECOEFICIÊNCIA:**

São acordadas medidas de gestão de consumos, aplicação de novas tecnologias, gestão de subvenções, certificados de arquitetura sustentável, etc.

#### **– GRUPO DE TRABALHO ADAPTAÇÃO E ATENUAÇÃO DA MUDANÇA CLIMÁTICA:**

Definição de riscos e oportunidades da mudança climática, resposta a compromissos corporativos com órgãos internacionais e índices de sustentabilidade.

#### **– GRUPO DE TRABALHO MOBILIDADE E SEGURANÇA VIÁRIA:**

Aplicação de critérios de mobilidade sustentável com relação ao meio ambiente e redução de emissões de gases de efeito estufa que pressupõem os deslocamentos ao centro de trabalho e relacionados à atividade da empresa.

## 5.4.2. Consecução Plano Estratégico de Eficiência Energética e Mudança Climática 2014-2020



### EXPANSÃO DO MODELO CORPORATIVO DE GESTÃO ENERGÉTICA

Durante 2015, continuou a implantação progressiva do padrão ISO 50001, associado ao SIGMAYE, em edifícios de sedes do Grupo. São incorporados ao Sistema de Gestão Energética 3 novos edifícios: as Diretorias Gerais Territoriais Leste em Valência, Sudoeste, em Sevilha e centro em Valladolid, todas elas na Espanha, que representa 885 funcionários e 2.300.000 kWh anuais.

### INTEGRAÇÃO DA PEGADA DE CARBONO NO MODELO CORPORATIVO SIGMAYE

Durante 2015, foi desenvolvido o inventário da pegada de carbono utilizando o padrão internacional ISO 14064. Esta nova metodologia será aplicada pela primeira vez para as emissões do Grupo na Espanha e a declaração do inventário será verificada mediante uma entidade externa certificada. Paralelamente, começa a expansão deste novo padrão nos inventários da Colômbia e de Porto Rico.

O desenvolvimento do sistema de relatório e cálculo de pegada de carbono, conforme o padrão ISO 14064, permitiu melhorar a precisão e rastreamento dos dados relatados, aumentar o alcance a nível geográfico do alcance deste dados, bem como o número de categorias relatadas de acordo com esta metodologia Protocolo GHG. O inventário de GEE do Grupo na Espanha aumentou 40 por 100 em relação ao reportado sob o Protocolo GHG, o que representa 10.000 novas TmCO<sub>2</sub>e, resultante do aumento de dados reportados correspondentes a categorias como commuting, quilômetros em veículo próprio para viagens da empresa, consumo de tóner e fluorescentes, correspondentes ao Alcance 3.

### COMPRA VERDE

No início de 2015, foram assinados os contratos de baixa tensão com as empresas comercializadoras de energia elétrica de 100 por 100 de energia verde com o sistema de certificados de garantia de Origem renovável. Com estes novos contratos, é garantida a origem renovada de 27 por 100 do total da energia elétrica adquirida pelo Grupo na Espanha, o que representa uma redução de 4.274 Tm CO<sub>2</sub>e e 18.771.532 kWh.

Além disso, continuarão sendo aplicados critérios de eficiência energética e mudança climática na contratação dos serviços com maior impacto na pegada de carbono, como por exemplo, compra de papel, equipamentos de automação ou o serviço de impressão.



## **POLÍTICAS DE ECONOMIA EM EQUIPAMENTOS INFORMÁTICOS**

Em 2015, foram incorporados os equipamentos de automação do edifício Recoletos 23 (Madri, Espanha) no sistema corporativo de gestão 9 por 100 do consumo elétrico dos equipamentos e 6.000 kWh. Além disso, foi dado início à implementação de políticas mais restritivas na ferramenta para os equipamentos em edifícios administrativos, o que supõe melhorar a gestão de 930 equipamentos e uma potencial de economia de 42.500 kWh.

## **ESCRITÓRIOS ECOEFICIENTES**

Com o objeto de melhorar o desempenho energético dos escritórios diretos da rede comercial da MAPFRE, foram desenvolvidas ferramentas específicas para o controle do faturamento de energia dos escritórios da rede comercial, para acompanhamento, priorização de ações e comparação interna de consumos.

## **SENSIBILIZAÇÃO DE FUNCIONÁRIOS**

Destaca-se em 2015, o desenvolvimento e lançamento da Campanha Cool Biz para a adequação das roupas no trabalho ao período de verão. Realizada na Espanha e como experiência piloto para o futuro lançamento em outros países, foi realizada em todos os edifícios, onde existe maior demanda dos sistemas de climatização.

Os dados obtidos endossam o sucesso da iniciativa, já que se estima que conseguiu conter mais de 200.000 kWh de consumo elétrico provocado pela altas temperaturas do verão de 2015, o mais quente desde que há registros.

### 5.4.3. Pegada De Carbono

[G4-EC2; EN3-EN7, EN15 –EN19, EN30]

A MAPFRE determina, quantifica e avalia a pegada de carbono ocasionada por sua atividade:

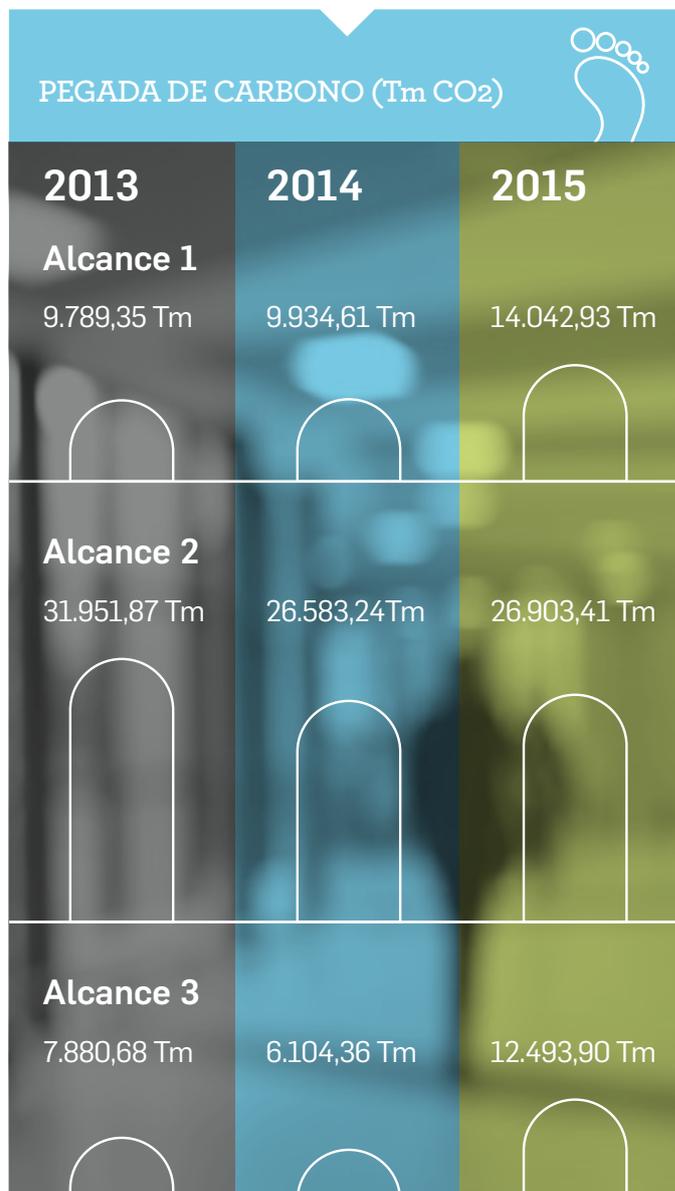
A Pegada de Carbono consolida o Inventário de GEE que inclui, tanto as emissões diretas, associadas às atividades que são controladas pela organização, quanto as emissões indiretas que, mesmo não sendo geradas em fontes controladas pela companhia, são consequência das suas atividades.

São definidos três alcances, incluídos tanto no Protocolo GHG como na norma ISO 14064:

– **Alcance 1:** Emissões diretas de GEE. São as emissões de GEE associadas a fontes que estão sob o controle de uma organização: combustão em caldeiras, fornos, máquinas, veículos, processos, emissões fugitivas de equipamentos ou instalações.

– **Alcance 2:** Emissões indiretas associadas à geração da eletricidade ou energia térmica (vapor, água quente, etc.) adquirida.

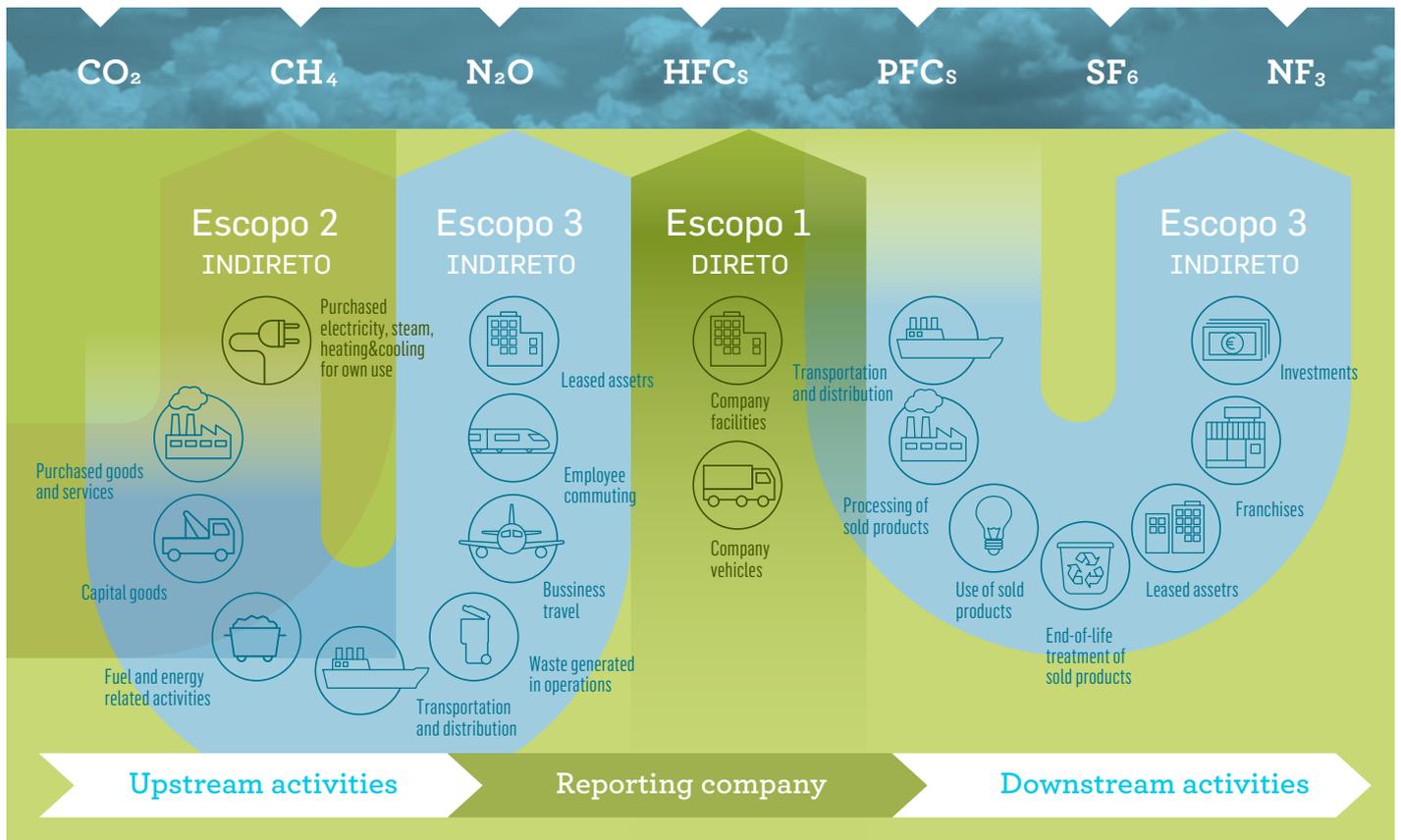
– **Alcance 3:** São as demais emissões indiretas, associadas à rede de produção de bens e serviços. São consequência das atividades da empresa, mas acontecem em fontes que não são propriedade nem são controladas pela empresa.



**2013 y 2014:** Dados para Espanha e Internacional: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, EUA, México, Porto Rico, Turquia.

**2015:** Dados para Espanha e Internacional: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, EUA, México, Porto Rico, Turquia, El Salvador, Nicarágua, Honduras, Panamá, Guatemala, Equador, República Dominicana, Paraguai, Uruguai, Peru, Venezuela, Portugal, Filipinas e Malta.

Os alcances empregados para a classificação das emissões de gases de efeito estufa (GEE) contempladas no inventário são mostradas no seguinte gráfico:



Fonte gráfico GHG Protocol

Para cada um dos alcances, é apresentado a seguir o inventário de consumos e emissões de CO<sub>2</sub> da MAPFRE.

INDICADORES DE CONSUMO DE RECURSOS	GRI	Medida	2015	2014
<b>Scope 1:</b>				
Consumo de gás natural	EN3; EN6; EN15	MWh	12,22	10,16
Consumo de diesel em edifícios	EN3; EN6; EN15	L	384.939	522.430
Recarga de gases refrigerantes	EN3; EN6; EN15	kg	1.041	ND
Consumo de combustíveis em veículos próprios	EN3; EN6; EN15	L	3.728.868	ND
<b>Scope 2:</b>				
Consumo de energia elétrica	EN3; EN6	GWh	121,64	110,10
<b>Scope 3:</b>				
Viagens comerciais	EN4	Tm CO <sub>2</sub> eq	8.961	5.276
Consumo de papel	EN4	Tm CO <sub>2</sub> eq	1.771	828
<b>Consumo total de papel</b>	<b>EN1</b>	<b>Tm</b>	<b>2.573</b>	<b>2.157</b>
<b>Total de consumo de papel de gestão sustentável</b>	<b>EN1</b>	<b>Tm</b>	<b>1.333</b>	<b>1.244</b>
Papel com etiqueta ecológica sobre total papel consumido	EN1	%	52	57
Papel consumido por funcionário	EN1	Tm	0,07	0,06
<b>Consumo total de tóner</b>	<b>EN1</b>	<b>UD</b>	<b>9.575</b>	<b>12.539</b>
O consumo de toner é referente à Espanha. Os demais dados refletidos na tabela são de alcance global				

## EMISSIONES DE CO<sub>2</sub>e POR FUNCIONÁRIO



**2013**

1,747 Tm



**2014**

1,473 Tm



**2015**

1,527 Tm



### ALCANCE

**2013 y 2014.** Dados para Espanha e Internacional: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, EUA, México, Porto Rico, Turquia.

**2015.** Dados para Espanha e Internacional: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, EUA, México, Porto Rico, Turquia, El Salvador, Nicarágua, Honduras, Panamá, Guatemala, Equador, República Dominicana, Paraguai, Uruguai, Peru, Venezuela, Portugal, Filipinas e Malta.

## CONSUMO ENERGÉTICO TOTAL (KWH) POR FUNCIONÁRIO



**2013**

3.799 kWh



**2014**

3.592 kWh



**2015**

3.999 kWh



A seguir, serão detalhadas as diversas iniciativas realizadas com o intuito de reduzir as emissões relacionadas à atividade empresarial:

OBJETIVO	INICIATIVAS
<b>EMISSÕES DIRETAS (ALCANCE 1)</b>	
<b>Ecoeficiência em edifícios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Redução do consumo de gás através da renovação de instalações e melhoria do controle da operação de caldeiras na Sede Social de Majadahonda (Madri, Espanha) e da Torre Mapfre Barcelona (Espanha) com uma redução de emissões prevista de 23 Tm CO<sub>2</sub>e.</li> </ul>
<b>EMISSÕES INDIRETAS (ALCANCE 2)</b>	
<b>Energias renováveis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Compra verde de energia na Espanha: 4.273 Tm CO<sub>2</sub>e (27 por 100 do total consumido em 2015 da energia elétrica procede de fontes renováveis)</li> </ul>
<b>Boas práticas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Realização de campanhas de sensibilização para funcionários sobre o uso adequado da energia utilizada, com o objetivo de reduzir 1 por 100 no Brasil, 5 por 100 na Colômbia a través da Campanha "Desafio Zero", de 1 por 100 no Edifício Sede de Porto Rico e 2 por 100 nas sucursais do país.</li> </ul>
<b>Ecoeficiência em edifícios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Redução do consumo elétrico em climatização por implementação da Campanha Cool Biz, ajustes de temperaturas de referência, substituição de equipamentos e ajustes de horários nos edifícios sedes com uma redução de emissões estimada de 58 Tm CO<sub>2</sub>e.</li> <li>– Redução do consumo elétrico em iluminação por substituição de lâmpadas LED, substituição de rótulos exteriores e ajuste de horários nos edifícios sedes com uma redução de emissões de 12 Tm CO<sub>2</sub>e.</li> <li>– Redução de 15 por 100 no consumo energético dos escritórios do Brasil por ajuste dos horários.</li> <li>– Redução do consumo elétrico em equipamentos de automação de escritórios através da implementação de ferramentas de gestão da energia em edifícios sedes, com uma redução de emissões estimada em 9 Tm CO<sub>2</sub>e com respeito ao consumo esperado sem a implementação destas ferramentas.</li> </ul>



OBJETIVO	INICIATIVAS
----------	-------------

### OUTRAS EMISSÕES INDIRETAS (ALCANCE 3)

<b>Telecomunicações</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Os programas de redução dessas emissões focam-se, por um lado, no desenvolvimento do teletrabalho e, por outro, na promoção das conferências telefônicas e videoconferências, que evitam deslocamentos dos funcionários entre áreas geográficas diferentes.</li></ul>
<b>Fornecedores</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>– O Futura é um sistema de localização e designação automática de serviços de assistência em rodovias que permite ao segurado solicitar esse serviço por meio do seu Smartphone, indicando sua localização exata por GPS. Isso permite enviar as informações ao fornecedor mais próximo, com a consequente redução de consumo de combustível e emissão de CO<sub>2</sub>.</li><li>– Colaboração na difusão da iniciativa "Um Milhão de Compromissos pelo Clima" do Ministério do Meio Ambiente, Alimentação e Agricultura (Espanha) no portal de fornecedores da MAPFRE.</li><li>– Publicação de ajudas do Instituto para a Diversificação e a Economia de Energia (Ministério de Indústria na Espanha), para atuações de mudança modal e uso mais eficiente dos modos de transporte para veículos industriais, no portal de fornecedores da MAPFRE.</li></ul>
<b>Mobilidade sustentável</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>– A MAPFRE coloca uma série de serviços à disposição dos funcionários com o intuito de promover medidas de mobilidade sustentável que buscam alternativas para veículos particulares:<ul style="list-style-type: none"><li>– Serviço de transportes ligando os principais pontos de conexão para os funcionários que trabalham nos edifícios Sede de Majadahonda e Aravaca (Espanha), da Turquia, da Argentina, do Brasil, do México e de Porto Rico.</li><li>– “Compartilhar o carro”, uma iniciativa que facilita o contato entre funcionário que fazem trajetos similares para o centro de trabalho e que desejem compartilhar veículo e que está implantada na Espanha, Brasil e Estados Unidos.</li></ul></li></ul>
<b>Produtos e serviços</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Redução do consumo elétrico em equipamentos de automação de escritórios com a implementação de ferramentas de gestão da energia em mediadores (rede comercial de escritórios delegados), com uma redução de emissões acumulada de 73Tm CO<sub>2</sub>e desde o ano de 2012, ano de implementação da ferramenta.</li></ul>

## 5.5. ECOEFICIÊNCIA: OTIMIZAÇÃO DE RECURSOS

[G4-EN1, EN2, EN8, EN31]

Seguindo o estabelecido em sua política ambiental, a MAPFRE desenvolve ações para atender suas necessidades de energia de forma sustentável. Ao mesmo tempo que os compromissos assumidos sobre as mudanças climáticas se fortalecem, é possível obter redução de custos.

Dentro das medidas de ecoeficiência realizadas em 2015 contemplando tanto o âmbito local como o corporativo, se destacam as seguintes:

– Implementação de medidas de eficiência energética nos prédios-sede da MAPFRE

- **Ar condicionado:** emprego de freecooling<sup>1</sup>, renovação tecnológica de equipamentos e regulação de horários e temperaturas de referência.
- **Iluminação:** substituição de lâmpadas por LEDs, instalação de detectores de presença e regulação de horários.
- **Outras utilizações:** renovação tecnológica das instalações empregando critérios de eficiência energética.

– Controle operacional da gestão de água através da instalação de medidas de otimização nos prédios (aeradores, temporizadores, detectores, dupla descarga, etc.) e controle de consumos internos por meio de gestão da faturação, contadores próprios, detecção de fugas e conscientização dos funcionários.

Além disso, são feitos investimentos para melhorar a eficiência energética nos edifícios. Os valores despendidos por esses conceitos nos últimos dois anos atingiram 0,834 milhões de euros.

		2015	2014
<b>INVESTIMENTOS AMBIENTAIS</b>	<b>Milhares de euros</b>	<b>641</b>	<b>205,35</b>

<sup>1</sup> Freecooling ou resfriamento gratuito consiste em um sistema de climatização que envolve uma importante redução do consumo energético já que busca o resfriamento gratuito do local, tomando o ar exterior, o que diminui o uso dos equipamentos de ar-condicionado.



### Best Practice 2015

Durante 2015, termina a migração para o Centro de Processamento de Dados localizado em Alcalá de Henares (Espanha) que foi projetado com critérios de eficiência energética máxima. O novo CPD conta com soluções ecoeficientes, como um sistema de resfriamento específico e localização ótima da localização do equipamentos de TI, que permite economizar mais de 75 por 100 do consumo de energia em relação aos sistemas convencionais. Além disso, dispõe de uma instalação solar térmica para a produção de água quente sanitária e uma configuração especial para otimizar o funcionamento do freecooling.

INDICADORES DE CONSUMO DE RECURSOS	Medida	2015	2014	2013
Consumo total de energia	GWh	137,68	125,44	129,96
Consumo total de água	m <sup>3</sup>	758.448	668.933	755.714
Consumo de água por funcionário	m <sup>3</sup>	21,7	19,1	22,1

### 5.5.1. Gestão do consumo de papel e toner

A MAPFRE encontra-se em processo de implementação da assinatura eletrônica de documentos, o que supõe uma economia em custos derivados do consumo de papel e de tóner, uma vez que impede a impressão dos documentos já assinados. Além disso, este sistema oferece uma maior agilidade e segurança no processo de contratação de apólices uma vez que um mesmo documento pode ser assinado por diferentes pessoas em lugares e momentos diferentes, o que impede novamente a impressão de múltiplas cópias de um mesmo documento. Da mesma forma, a entrega aos segurados da documentação relativa à subscrição de suas apólices em formato digital, continua contribuindo para a economia de papel, neste sentido destacam-se países como Argentina, Malta, México, República Dominicana e Espanha entre outros.

Como consequência da implementação do projeto de terceirização da impressão, a MAPFRE conseguiu reciclar 30 por 100 mais de resíduos de tóner que em 2014 e reduziu o consumo de consumíveis.

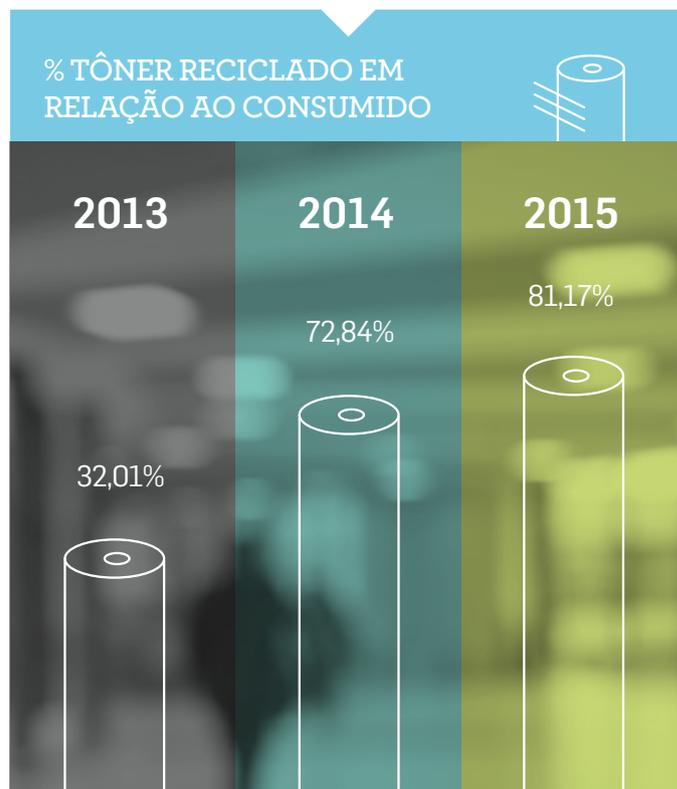


## Best Practice 2015

Os novos equipamentos de automação implementados permitiram diminuir o consumo de consumíveis em 24 por 100 em relação aos dados de 2014 e 49 por 100 em relação aos consumos de 2013:

CONSUMO TÔNER (Ud)		
2015	2014	2013
9.575	12.539	18.724

A seguir, são mostrados os gráficos onde é possível ver a evolução na gestão de resíduos em relação ao consumo:



A implementação progressiva de critérios ambientais na compra de materiais também afetou a aquisição de papel, generalizando a utilização respeitosa do papel para com o meio ambiente. Em 2015, 52 por 100 do papel consumido conta com etiquetagem que certifica a gestão sustentável da exploração dos bosques.

Neste sentido, em países como a Colômbia, estendeu-se o uso de papel procedente de outras matérias primas, como o papel elaborado a partir de fibras de cana de açúcar, matéria prima natural, renovável, reciclável e 100 por 100 biodegradável e toda a Entidade.



## 5.5.2. Gestão de resíduos

[G4-EN23, EN33]

A MAPFRE trabalha com procedimentos e instruções que definem os processos para uma correta separação, descarte, armazenamento e controle da gestão dos resíduos gerados, fruto das diversas atividades que a MAPFRE desenvolve.

Todos os resíduos são gerenciados observando estritamente a legislação e em conformidade com as melhores práticas ambientais, onde a prioridade é à redução, a reutilização e a reciclagem dos resíduos, assegurando a proteção do meio ambiente e a gestão sustentável.



O modelo de gestão de resíduos que a MAPFRE implementou, permite continuar otimizando e melhorando o serviço através da revisão contínua da implementação realizada em cada centro e o controle constante dos fornecedores, o que por sua vez permite ajustar os custos de gestão. Esta redução de custos é consolidada mantendo diversos acordos com Fundações sem fins lucrativos cuja recolha e reciclagem de resíduos é realizada de forma ótima e sem custos de gestão para a MAPFRE.

Destacamos as seguintes atuações realizadas em 2015:

– Foi assinado na Espanha, o Acordo institucional com a Fundação “Tragamóvil” para a gestão ambiental de Aparelhos de Telefonia e comunicações.

– Continuou-se com a implementação da gestão de diferentes tipos de resíduos gerados nas Policlínicas Saúde 4 da Espanha, com particular destaque à gestão adequada dos resíduos sanitários, para cumprir rigorosamente a legislação específica. Nesse ano, a gestão de resíduos foi implementada em quatro centros de saúde recém-inaugurados, uma policlínica e três clínicas de odontologia.

– Foram definidos e estabelecidos os requisitos exigidos aos fornecedores em matéria de meio ambiente, para a licitação do serviço de terceirização da impressão com o objeto de reduzir o consumo de papel e tóner, diminuir o consumo energético e reduzir as emissões de CO<sub>2</sub> para a atmosfera, sem nos esquecermos de desenvolver um processo adequado para a gestão dos resíduos gerados como consequência desta atividade.

– Foram alcançado acordos com os fornecedores que prestam o serviço de gestão de resíduos de papel e outros resíduos que requerem destruição confidencial, para a recolha dos resíduos de aparelhos elétricos e/ou eletrônicos, numa aposta na gestão integral dos resíduos gerados nas instalações da MAPFRE, para melhorar a prestação do serviço e otimizar os custos de transporte.

– Continuou-se com a implementação dos procedimentos corporativos de gestão de resíduos no âmbito do Plano Estratégico Ambiental de expansão internacional, o que permitiu alcançar resultados relevantes no país onde estamos trabalhando para implementar e certificar o SIGMAYE.

– A MAPFRE incentiva a geração de valor dos resíduos gerados pela empresa através da reutilização de materiais e da otimização dos processos de gestão. Neste sentido, destacam a campanha de reutilização e doação de equipamentos informáticos e mobiliário de escritório obsoleto na Espanha ou a doação de resíduos com fins solidários em países como Porto Rico, EUA, Chile e Argentina, entre outros.

– Continua-se fomentando a reciclagem e a reutilização de resíduos, através de campanhas tais como:

• Atividade de Reciclagem na Turquia: Dirigida a estudantes do ensino fundamental da escola próxima ao edifício sede.

• Atividades de Reciclagem na Colômbia: Campanha “Digital Green” que fomenta a recolha de aparelhos elétricos e eletrônicos e campanhas para a reciclagem de papel.



• Feira de Reciclagem em Porto Rico: Campanha dedicada para difundir o correto manejo dos resíduos urbanos gerados no edifício, com a participação de empresas e órgãos oficiais como a Autoridade de Desperdícios Sólidos de Porto Rico e Porto Rico Recycling Partnership, bem como um Salão de Treinamento no qual são realizadas palestras para informar sobre as melhores práticas para o manejo de resíduos recicláveis.

- Feira da Saúde em Porto Rico: Campanha de sensibilização onde são realizadas palestras para crianças de 12 anos sobre a gestão e separação de resíduos recicláveis entre outros temas ambientais.

- Pátio de Salvados no Brasil: Campanha de orientação de veículos procedentes de acidentes cujos resíduos são reutilizados e aproveitados para a produção de eletrodomésticos, mesas, postes, materiais de construção, etc.

A seguir, é mostrada a tabela-resumo com os indicadores mais relevantes relativos à gestão de resíduos na MAPFRE:

INDICADORES DE RESÍDUOS	MEDIDA	2015	2014
Toner reciclado	Tm	18,30	19,53
Papel reciclado	Tm	991	1.206
Computadores e equipamentos eletrônicos administrados	Tm	61,74	45,73
Computadores e equipamentos eletrônicos doados	Tm	18,38	8,05
% de equipamentos doados em relação ao total gerenciado	%	30	32
Lâmpadas comuns e fluorescentes no fim do seu ciclo de vida	Tm	2,19	2,93
Pilhas e baterias	Tm	3,40	1,66
Resíduos perigosos nos edifícios	Tm	2,71	1,86
Resíduos perigosos nas Oficinas	Tm	91	112
Resíduos não perigosos nas Oficinas	Tm	1.250	1.808
Outros resíduos perigosos	Tm	213	183
Resíduos Sanitários	Tm	2,21	1,97
Medicamentos vencidos	Tm	0,11	0,11
Radiografias	Tm	0,83	1,34
Suportes de informática administrados	Tm	6,17	5,88

### 5.5.3. Emissões e descargas

**[G4-EN26]**

A atividade desenvolvida pela MAPFRE é principalmente do tipo administrativo e, pela sua própria natureza, de baixo impacto ambiental.

Para a gestão de instalações e atividades da MAPFRE geradoras de emissões para a atmosfera, são projetados programas de manutenção preventiva, focados na otimização dos processos e assegurar que os parâmetros de contaminação se encontram abaixo dos limites regulamentares.

Por outro lado, a água na MAPFRE destina-se principalmente a uso sanitário e a descarga das águas geradas é realizada para a rede de saneamento conforme estabelecido pela autoridade competente. Nas atividades que assim o exijam, dispõe-se de instalações de tratamento prévio, com programas de manutenção e controle das descargas para assegurar e evidenciar o cumprimento da legislação aplicável.

As atividades da MAPFRE de caráter industrial, como as oficinas para a reparação de veículos e recuperação de peças sinistradas na Espanha, são realizadas de acordo com estritos critérios ambientais, utilizando critérios de gestão de riscos, implementando as melhores tecnologias disponíveis no setor e o uso dos produtos mais eficientes e menos poluentes.

### 5.5.4. Derramamentos e vazamentos

**[G4-EN24]**

As instalações da MAPFRE que contêm substâncias que reduzem a camada ozono são gerenciadas de acordo com o princípio de prevenção da poluição e cumprimento da legislação, com programas de manutenção e controle dos gases refrigerantes envolvidos.

A MAPFRE dispõe de metodologias e procedimentos para a gestão de incidentes de caráter ambiental, com a identificação das áreas de risco e a disposição de medidas de contenção e gestão no caso de possíveis derrames.

Durante 2015 não se contabilizou nenhum derrame ou fuga com impacto significativo nos estabelecimentos e instalações onde a MAPFRE desenvolve as sua atividade.



## Best Practice 2015

Apesar de não existir legislação em vigor neste sentido, no edifício sede da MAPFRE Colombia, foi eliminado de forma voluntária, o gás refrigerante R-22 que é um gás com um grande potencial destrutivo da camada de ozono.

## 5.6. PRESERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE

**[G4-EN11, EN12]**

A MAPFRE não dispõe de centros de trabalho localizados em espaços protegidos ou em áreas de alta diversidade não protegidas.

Apesar disso, e conscientes da importância que as atuações vinculadas com a ação humana provocam na biodiversidade, foi realizada uma reflexão interna para avaliar as linhas nas quais a companhia pode ajudar para a preservação expressa da biodiversidade.

É por isso que esta epígrafe é um dos novos compromissos assumidos na Política Ambiental do Grupo, que constituirá um dos objetivos de ação em curto, médio e longo prazo, com a implementação de projetos concretos de biodiversidade contemplados nas linhas de ação definidas para o período de 2015-2016.

No âmbito deste novo compromisso, as ações realizadas em 2015 foram:

– **Assinatura do Pacto pela Biodiversidade.** Com o lema "Sem diversidade biológica não há diversidade econômica", a MAPFRE passa a participar da Iniciativa Espanhola Empresa e Biodiversidade, realizada pelo Ministério da Agricultura, Alimentação e Meio Ambiente através da Fundação Biodiversidade. Deste modo, compromete-se com a conservação e o uso sustentável da biodiversidade e reconhece que sua preservação é de interesse comum para a humanidade devido à sua importância para a vida no planeta, o bem-estar social e o desenvolvimento econômico.



– **Acordo de parceria com WWF Espanha,** através da qual a MAPFRE contribui para o desenvolvimento de projetos para a preservação do lince ibérico e do seu habitat:

- **CONTRIBUIÇÃO PARA O PROJETO DE PRESERVAÇÃO DO LINCE IBÉRICO,** por meio do qual a WWF promove medidas para evitar atropelamentos, perseguir a caça ilegal e o uso de armadilhas, laços e venenos, além de trabalhar na recuperação das populações de coelho, seu principal alimento, e para conscientizar os proprietários de fazendas onde os lincos habitam. Também participa do programa Life+Iberlince, que está libertando lincos criados em cativeiros para recuperar o habitat histórico da espécie.



- **ADESÃO À INICIATIVA 100 EMPRESAS PELOS BOSQUES,** que pretende contribuir com a restauração do Parque Nacional de Doñana (Espanha), tombado como Patrimônio da Humanidade pela UNESCO, através da recuperação da biodiversidade da zona e da criação de um corredor verde para evitar o isolamento de espécies como o lince-ibérico. A MAPFRE apoiou o reflorestamento de um hectare deste espaço protegido.



- **CONCURSO DE FOTOGRAFIA DIGITAL "OBJETIVO BIODIVERSIDADE"**, destinado a sensibilizar os funcionários com relação à necessidade de proteger a biodiversidade, dando ênfase à conservação das espécies em perigo de extinção, como o lince-ibérico, e do seu habitat no Parque Nacional Doñana. Foram sorteados 50 lincos de pelúcia entre os participantes e foram concedidos três prêmios econômicos aos ganhadores.



- **COLABORAÇÃO COM "CRIANDO REDES"**, plataforma de interação entre agentes sociais no II Fórum de Restauração Ecológica, evento no qual se expõem os avanços mais recentes nesta matéria e as fontes de financiamento para desenvolver projetos P+D na restauração do capital natural.



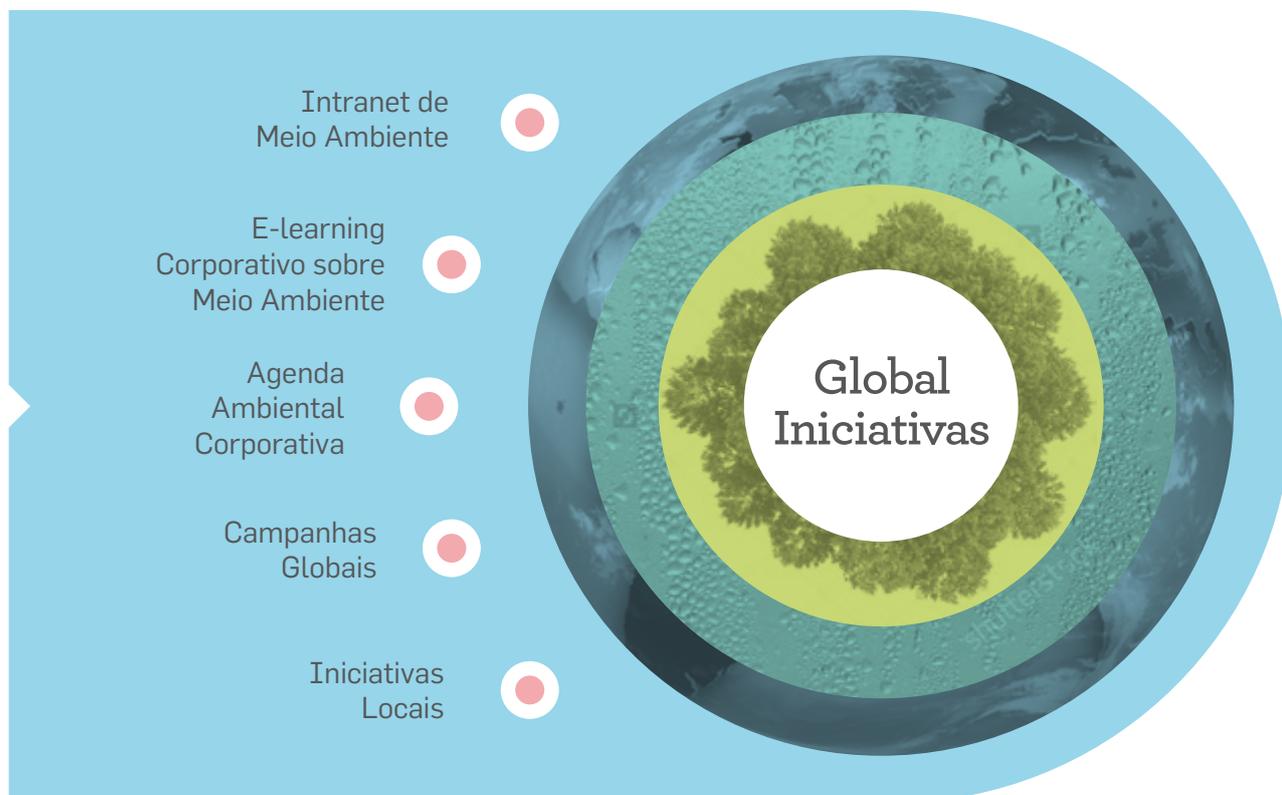
## 5.7. CULTURA AMBIENTAL

### [G4-FS4]

A MAPFRE considera determinante o compromisso dos funcionários na consecução dos objetivos ambientais, principalmente os vinculados a processos de ecoeficiência. Neste, a contribuição dos funcionários é necessária para minimizar o consumo dos recursos utilizados, bem como para gerenciar de forma adequada os resíduos gerados.

Este compromisso também se reflete na política ambiental, que, expressamente, estabelece o compromisso da participação dos funcionários através da promoção da responsabilidade ambiental. A política está disponível na Intranet para os funcionários, assim como na página corporativa para o público em geral.

Com o objeto de difundir esses compromissos, cinco linhas principais de ação foram definidas:



A Intranet do Meio Ambiente está exclusivamente dedicada a temas ambientais. Além disso, inclui uma caixa de sugestões e um endereço de e-mail de contacto ([medioambiente.disma@mapfre.com](mailto:medioambiente.disma@mapfre.com)). O endereço é igual e tem o mesmo objetivo em todos os países nos quais o Plano de Expansão Ambiental Internacional é implantado.

Desde 2008, a MAPFRE ministra aos seus funcionários um curso e-learning sobre o meio ambiente e a gestão ambiental do Grupo. Até 2015, este curso havia sido realizado por um total de 4.342 funcionários, e está sendo atualizado para ser transformado em um curso global que será divulgado em 2016.



## Best Practice 2015

O edifício sede na Colômbia reduziu durante 2015 o seu consumo elétrico em 5 por 100. Uma das atuações realizadas para conseguir alcançar este desafio foi a Campanha "DESAFIO ZERO". A iniciativa consistiu na distribuição de material de sensibilização sobre consumo energético responsável entre os funcionários e fornecedores de segurança e limpeza, bem como a promoção do uso responsável dos equipamentos de automação e carregadores fora da jornada laboral.



A campanha "A Hora do Planeta" tornou-se uma referência institucional no que diz respeito à gestão coordenada de iniciativas globais. Desde o princípio da participação da MAPFRE, no ano de 2009, foram realizadas ações de diferente índole (cartazes, teatro, concursos de fotografia e outros) e este ano foram desenvolvidas atividades em 17 países: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, El Salvador, Espanha, Estados Unidos, Honduras, Guatemala, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Portugal, Porto Rico e Venezuela.



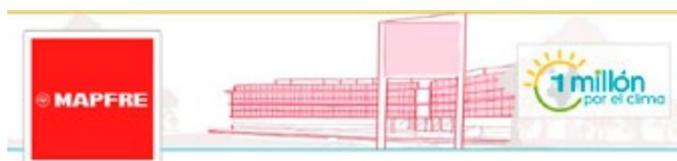
No verão deste ano, destaca-se a primeira realização da **Campanha Cool Biz** na Espanha na temporada de verão, através da qual a MAPFRE difundiu entre os funcionários da Espanha a importância da redução das necessidades de climatização no interior dos edifícios e a adaptação da vestimenta às temperaturas desta estação com o objetivo de obter economia energética e diminuir as emissões.



Outra campanha de sensibilização a destacar é o **concurso de Fotografia Objetivo Biodiversidade**, que pretendia sensibilizar os funcionários da Espanha com relação à necessidade de proteger a biodiversidade. Os funcionários apresentaram 600 fotografias, entre as quais se selecionaram 6 finalistas com a colaboração de várias áreas corporativas, publicadas no portal interno e os funcionários selecionaram os vencedores participando com um total de 1.945 votos.



Destaca também a iniciativa **Um Milhão de Compromissos pelo Clima**, destinada a conseguir que os funcionários se unissem aos compromissos assumidos pela MAPFRE e que foi difundida na Espanha através dos portais internos para funcionários e fornecedores, bem como na Argentina, México e Porto Rico. Na web da MAPFRE publicada para a iniciativa, registraram-se 778 compromissos, com os que contribuimos para o milhão de compromissos pelo clima e que foram lavados à COP 21 de Paris.



De forma complementar às atuações globais, desenvolvem-se iniciativas locais que reforça os compromissos ambientais assumidos pelo Grupo.

Destaca na Colômbia a campanha de mobilidade sustentável Adiro à deslocar-me de bicicleta, que incentiva à aquisição de bicicletas elétricas pelos funcionários através de uma linha de crédito do fundo de funcionários, assegurando a bicicleta dentro da Apólice Residencial Coletiva do Fundo de Funcionários e entregando kits de segurança aos primeiros 25 funcionários. Esta iniciativa se enquadra dentro do Programa “Eu me desloco por Bogotá” da Secretaria Distrital do Ambiente.

Outras campanhas de sensibilização a destacar são a **Feira de Reciclagem e o Concurso de Decoração Natalina** elaborada a partir de materiais reciclados, realizadas em Puerto Rico.



Destaca também a participação local na publicação das notícias do **Calendário Ambiental Corporativo**.

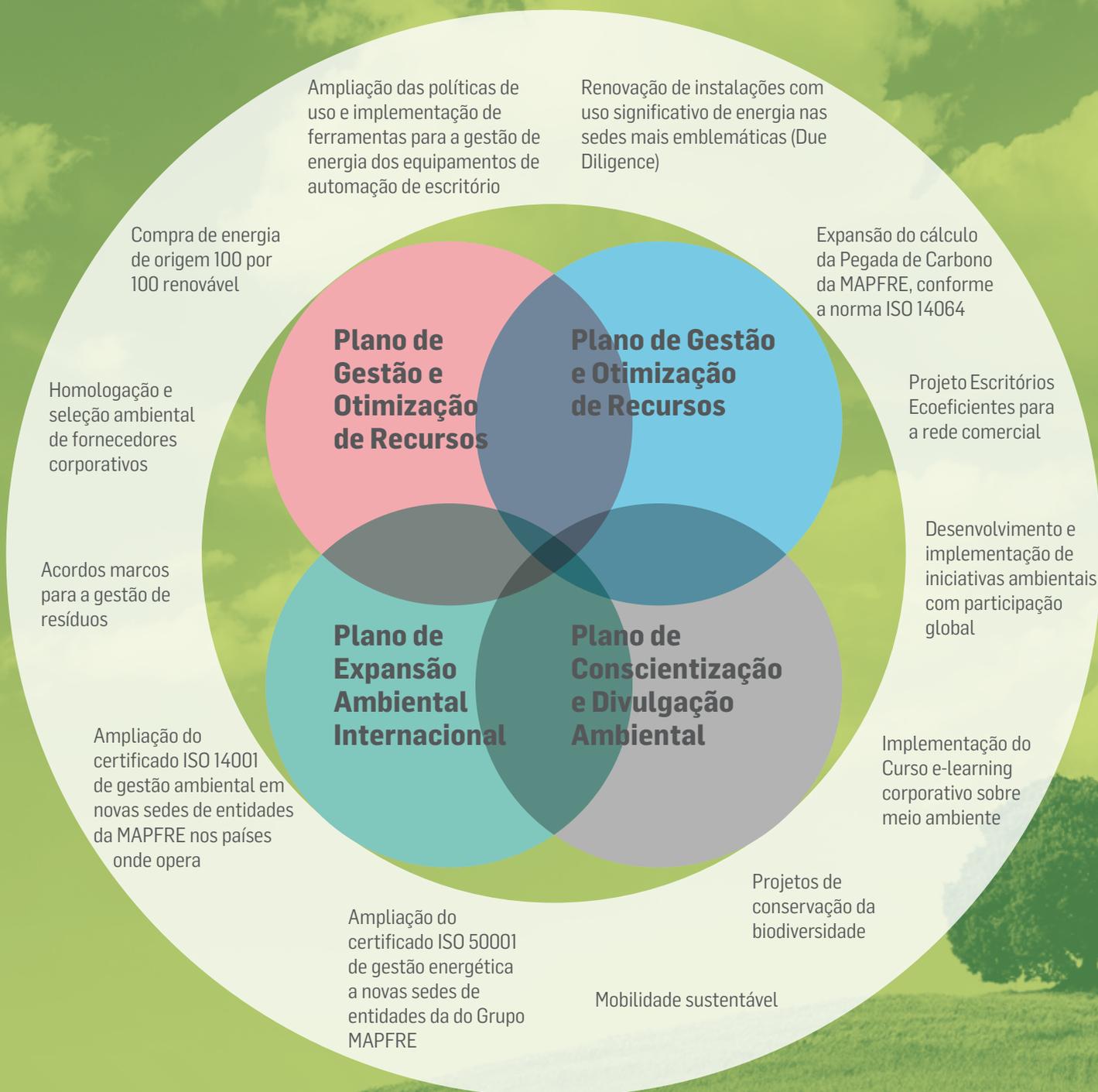


Finalmente, em relação às ações desenvolvidas para conseguir uma maior conscientização da sociedade em aspectos ambientais, energéticos e de mudança climática, este ano a MAPFRE impulsionou o empoderamento verde no Greenweekend Sevilla (Espanha), um encontro promovido pelo portal de emprego e meio ambiente Enviroo, com o objetivo de apoiar os funcionários "verdes" e os profissionais e autônomos que buscam novos modelos de negócio que respeitem o meio ambiente.



## 5.8. LINHAS DE AÇÃO 2016-2017

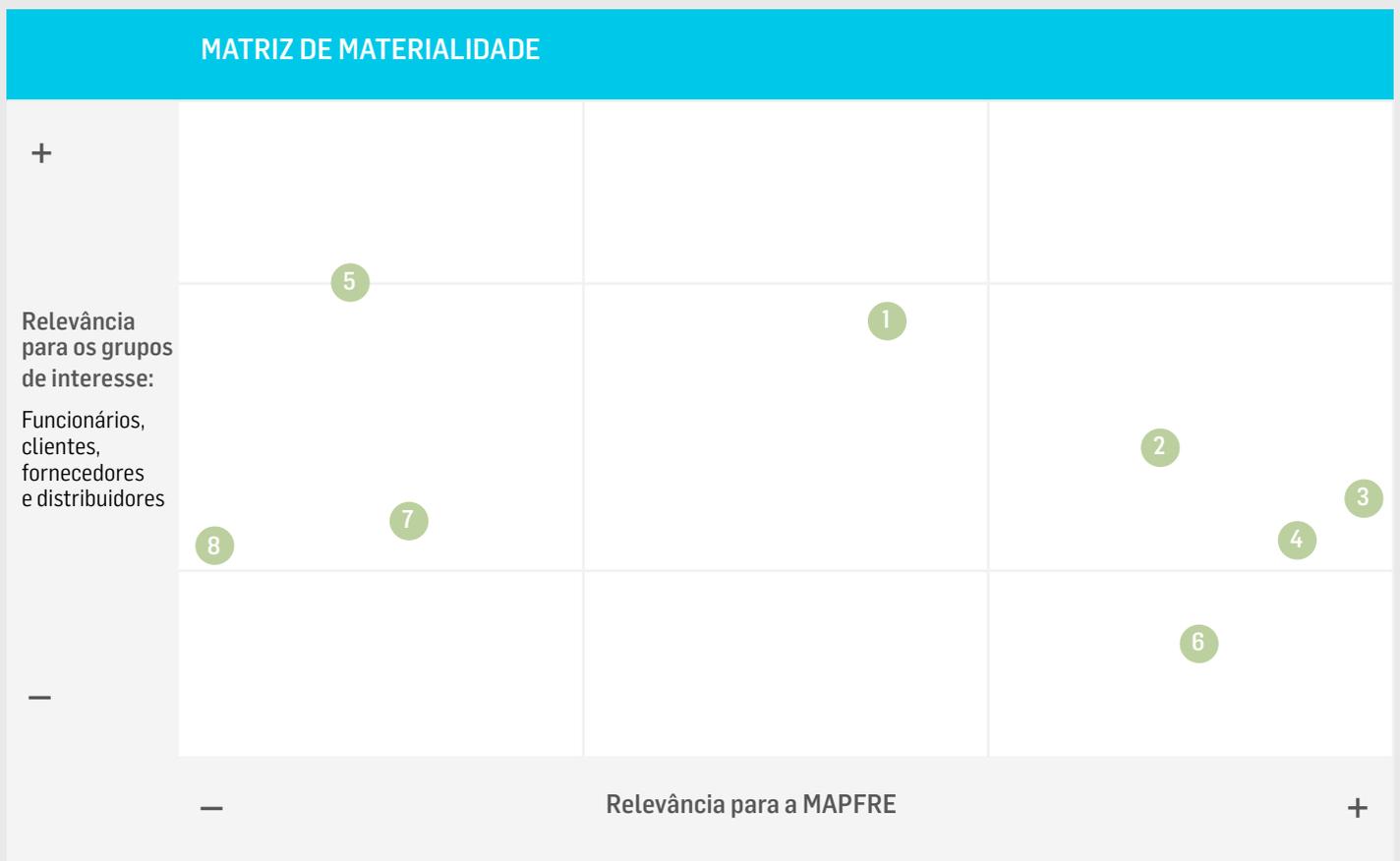
Com o objetivo de avançar no cumprimento dos compromissos assumidos pelo Grupo no desenvolvimento de sua atividade, são identificadas as seguintes linhas de atuação destinadas a alcançar uma cobertura homogênea, com alcance corporativo, das diretrizes ambientais do Grupo, a luta contra a mudança climática e a preservação da biodiversidade, entre outras:



## 5.9. MATERIALIDADE AMBIENTAL

Como parte do Estudo de Materialidade do Grupo MAPFRE 2014-2016 (consulte a página 34), foi avaliada uma série de indicadores de meio ambiente identificados como relevantes. Esses indicadores foram agrupados em um total de oito assuntos principais.

Na matriz a seguir são evidenciadas as avaliações desses grupos de interesse



- 1 Reduzir as emissões para o meio ambiente
- 2 Saber quais são os impactos sociais e ambientais sobre os produtos e serviços
- 3 Ter políticas e procedimentos para avaliar os riscos sociais e ambientais
- 4 Ter processos de auditoria social e ambiental
- 5 Controlar as deposições de resíduos no meio ambiente
- 6 Submeter os fornecedores a avaliações ambientais
- 7 Possuir investimentos, controlar despesas e solucionar reclamações significantes de caráter ambiental
- 8 Controlar os impactos na biodiversidade



06



# Informação complementar



## 6.1. PRINCÍPIOS SEGUIDOS PARA A ELABORAÇÃO DO RELATÓRIO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

[G4-13, G4-18, G4-20, G4-21, G4-22, G4-23, G4-32, G4-58; FS9]

### Alcance e perfil

A MAPFRE elaborou o Relatório de Responsabilidade Social conforme às diretrizes do Global Reporting Initiative (GRI) versão G4, no seu opção exaustiva (comprehensive) e o suplemento setorial financeiro.

O relatório inclui as atividades desenvolvidas pelas entidades seguradoras da MAPFRE a nível mundial.

Em 2015, havia uma limitação do alcance correspondente à Costa Rica, cujas informações ficaram limitadas aos dados referentes a Clientes e Funcionários.

### Confiabilidade e verificação

A informação qualitativa e quantitativa dos indicadores básicos, específicos e setoriais do GRI G4 foram verificados externamente pela empresa KPMG, incluindo a informação fornecida para as atividades da MAPFRE realizadas na Argentina, Brasil, Colômbia, Espanha, EUA, México, Peru, Porto Rico e Turquia, que supõem no seu conjunto 78,2 por 100 do volume de negócio do Grupo.

Também foi realizada uma revisão limitada dos dados fornecidos pelas outras entidades da MAPFRE.

A Diretoria Geral de Auditoria da MAPFRE colaborou no processo de análise e verificação do relatório, que como era de se esperar, foi revisado pelo Comitê de Auditoria da MAPFRE, antes da sua aprovação final pelo Conselho de Administração.

Os dados que apoiam esse relatório corporativo foram obtidos mediante o Sygris, a ferramenta computadorizada de gestão de dados da responsabilidade social implantada no Grupo.

### Clareza, precisão e exaustividade

A informação é exposta de forma sistemática, incluindo um índice geral, que facilita sua leitura (página 3), e um índice global de indicadores GRI, que permite a acessibilidade e localização dos dados que são apresentados.

O relatório está elaborado com detalhe suficiente para que os diferentes grupos de interesse conheçam o desempenho econômico, social e ambiental da MAPFRE desde os pontos de vista qualitativo e quantitativo; e foi evitado, na medida do possível, a utilização de termos técnicos e acrônimos, introduzindo, se for o caso, notas explanatórias.

Os relatórios correspondentes aos últimos treze exercícios encontram-se disponíveis para consulta no site do Grupo ([www.mapfre.com](http://www.mapfre.com))

### Periodicidade e comparabilidade

Este relatório tem periodicidade anual (janeiro a dezembro), e é apresentado na Assembleia Geral de Acionistas conjuntamente com a informação financeira do Grupo em formato digital e publicada também em formato web. (<https://www.mapfre.com/corporativo-es/responsabilidad-social/informes-anales>)

Seguindo a linha estabelecida em anos anteriores, os dados quantitativos que aparecem no Relatório são contrastados com os do ano imediatamente anterior, permitindo, assim, que as mudanças observadas pela organização no desenvolvimento da sua atividade sejam analisadas e comparadas.

A informação é apresentada seguindo a estrutura organizacional e territorial definida a partir do ano 2015 e por isso, os dados do exercício anterior foram adaptados, na medida do possível, à nova estrutura para facilitar uma comparação homogênea. (Mais informações sobre esse assunto na seção Informações Gerais, pág. 8)

Para fins de comparação em relação a exercícios anteriores, os dados gerais da Costa Rica não foram incluídos este ano, exceto aqueles relativos a Funcionários e Clientes, que são mencionados em dados agregados.

## Equilíbrio

O Relatório reflete os aspectos positivos do desempenho da organização e, nos casos em que os resultados não atingiram as expectativas formuladas, essa circunstância é indicada nas epígrafes correspondentes.

## Materialidade, relevância e inclusividade

Durante 2015, a MAPFRE continuou desenvolvendo a segunda fase do estudo de "materialidade" requerido para aplicar seu Relatório Anual à versão GRI G4. O relatório responde aos 22 temas considerados relevantes para a MAPFRE e quatro de seus grupos de interesse (funcionários, clientes, distribuidores e fornecedores) que participaram na consulta externa realizada no Brasil, Colômbia, Espanha, México e Porto Rico e permite transformar em valor o desempenho e compromisso do Grupo com o desenvolvimento sustentável.

Por outro lado, existem aspectos relevantes cuja informação não é apresentada completa neste relatório, por estar totalmente desenvolvida e incluída nos outros relatórios publicados pelo Grupo. Nesses casos, o índice de indicadores GRI inclui, como a cada ano, as devidas referências aos seguintes documentos:

Relatório de Contas Anuais, Relatório de Gestão; Sociedades (Publicado na página do site corporativo [www.mapfre.com](http://www.mapfre.com))

Relatório Anual da Fundación MAPFRE. (Publicado na página do site [www.fundacionmapfre.org](http://www.fundacionmapfre.org))

## Capacidade de resposta

O relatório não só fornece informações relevantes para os grupos de interesse com os quais a MAPFRE interage, mas também responde aos comentários transmitidos por esta ao longo do ano. Não obstante, as pessoas interessadas em consultar ou completar a informação fornecida neste documento podem contatar a MAPFRE através de:

A Diretoria de Responsabilidade Social Corporativa: [responsabilidadsocial@mapfre.com](mailto:responsabilidadsocial@mapfre.com)

A Diretoria de Comunicação: [comunicacion@mapfre.com](mailto:comunicacion@mapfre.com)

A Diretoria de Meio Ambiente: [medioambiente@mapfre.com](mailto:medioambiente@mapfre.com)

O Departamento de Relações com Investidores: [relacionesconinversores@mapfre.com](mailto:relacionesconinversores@mapfre.com)

Portal Corporativo da MAPFRE: [www.mapfre.com](http://www.mapfre.com)

## 6.2. ÍNDICE DE CONTEÚDO GRI G4 E MATERIALITY DISCLOSURES ORGANIZATIONAL MARK



### Conteúdos básicos gerais

INDICADORES GRI4		PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)
<b>Estratégia e análise</b>		
<b>G4-1</b>	Inclua uma declaração do responsável principal pelas decisões da organização (a pessoa que ocupa o cargo de diretor executivo, presidente ou similar) acerca da importância da sustentabilidade para a organização e sua estratégia para abordá-la.	– Carta do Presidente. Pág. 4
<b>G4-2</b>	Descreva os principais efeitos, riscos e oportunidades.	Relatório de Contas Anuais 2015. Contexto econômico. – Capítulo 3. A MAPFRE E A RSC: Fatores e Riscos ASG. Pág. 48 – Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Inovação. Pág. 94 Reclamações e queixas. Pág. 109
<b>Perfil da organização</b>		
<b>G4-3</b>	Nome da organização.	Capítulo 2. Informação Geral. Pág. 8
<b>G4-4</b>	Marcas, produtos e serviços mais importantes.	Relatório de Contas Anuais 2015. Unidades de negócio. – Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Inovação Pág. 94; produtos e serviços de Alto conteúdo social Pág. 98 e produtos ambientais. Pág. 101
<b>G4-5</b>	Localização da sede central da organização.	– Capítulo 2. Informações Gerais: Pág. 8
<b>G4-6</b>	Indique em quantos países a organização opera e os países em que a organização realiza operações significativas ou que tenham uma relevância específica para as questões relacionadas à sustentabilidade abordadas no histórico.	– Capítulo 2. Informação Geral. Pág. 8
<b>G4-7</b>	Descreva a natureza do regime de propriedade e sua forma jurídica.	– Capítulo 2. Informação Geral: Pág.9 – Relatório de Contas Anuais 2015. Contexto econômico. Unidades de negócio.

INDICADORES GRI4		PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)
<b>G4-8</b>	Indique que mercados servem a organização (com detalhes geográficos, por setor e tipo de cliente e destinatário).	– Capítulo 2. Informação Geral Pág. 8 – Relatório de Contas Anuais 2015. Contexto econômico. Informações básicas do Grupo. – Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes. Pág. 91
<b>G4-9</b>	Determine a escala da organização: a. Número de funcionários; b. Número de operações; c. Vendas líquidas; d. Capitalização; e. Produtos oferecidos.	– Capítulo 2. Informação Geral: Principais magnitudes econômicas. Pág. 16 – Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus funcionários. Organização Pág. 61
<b>G4-10</b>	a. Número de funcionários por contrato de trabalho e sexo; b. Número de funcionários fixos por tipo de contrato e sexo; c. Tamanho do quadro de funcionários por funcionário, trabalhadores externos e sexo; d. Tamanho do quadro de funcionários por região e sexo; e. Indique se uma parte considerável do trabalho da organização é desempenhada por trabalhadores por conta própria, com reconhecimento jurídico, ou por pessoas que não são empregadas nem trabalhadores externos, como os empregados e os trabalhadores subcontratados dos contratistas; f. Comunique todas as mudanças significativas no número de trabalhadores.	– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus funcionários: Organização. Pág. 61
<b>G4-11</b>	Porcentagem de funcionários cobertos por convênios coletivos.	– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus funcionários: Representação Legal dos trabalhadores Pág. 89
<b>G4-12</b>	Descreva a cadeia de fornecimento da organização.	– Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus fornecedores. Pág. 133
<b>G4-13</b>	Comunique todas as mudanças significativas ocorridas durante o período em análise no tamanho, na estrutura, na propriedade de acionistas ou na cadeia de fornecimento da organização	– Capítulo 6. Informação Complementar: Princípios seguidos para a elaboração do relatório. Pág. 203
<b>G4-14</b>	Indique como a organização aborda, se for o caso, o princípio de precaução.	– Relatório de Contas Anuais 2015: Principais riscos. Gestão de riscos. – Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Fatores e Riscos ASG. Pág. 48
<b>G4-15</b>	Elabore uma lista das cartas, dos princípios ou de outras iniciativas externas de caráter econômico, ambiental e social que a organização adota ou já adotou.	– Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Compromisso com o desenvolvimento sustentável Pág. 39. Fatores ASG Pág. 48. Principais Associações. Pág. 152
<b>G4-16</b>	Elabore uma lista das associações (por exemplo, as associações industriais) e organizações de promoção nacional ou internacional às quais a organização pertence.	– Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Compromisso com o desenvolvimento sustentável Pág. 39. Fatores e riscos ASG Pág. 48; Principais Associações Pág. 152.
 <b>Aspectos materiais e cobertura</b>		
<b>G4-17</b>	a. Elabore uma lista das entidades que aparecem nas declarações financeiras consolidadas da organização e outros documentos equivalentes. b. Indique se alguma das entidades que aparecem nas declarações financeiras consolidadas da organização e outros documentos equivalentes não estão no histórico.	– Relatório de Contas Anuais 2015: 7. Gestão de riscos. 8. Outras informações.

INDICADORES GRI4		PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)
<b>G4-18</b>	a. Descreva o processo seguido para determinar o Conteúdo do histórico e a cobertura de cada Aspecto. b. Explique como a organização aplicou os Princípios de elaboração de históricos para determinar o conteúdo do histórico.	– Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Relação com os grupos de interesse: Materialidade. <b>Pág.34</b> – Capítulo 6. Informação Complementar: Princípios seguidos para a elaboração do Relatório Corporativo de RSC. <b>Pág.203</b>
<b>G4-19</b>	Elabore uma lista dos Aspectos materiais identificados durante o processo de definição do conteúdo do histórico.	– Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Relação com os grupos de interesse: Materialidade. <b>Pág. 34</b> Temas materiais e relevantes. <b>Pág. 36</b>
<b>G4-20</b>	Indique a cobertura de cada Aspecto material dentro da organização.	– Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Relação com os grupos de interesse: Materialidade. <b>Pág.34</b> Temas materiais e relevantes. <b>Pág.36</b> – Capítulo 6. Informação Complementar: Índice de Indicadores GRI. <b>Pág. 203</b>
<b>G4-21</b>	Indique o limite de cada Aspecto material fora da organização.	– Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Relação com os grupos de interesse: Materialidade. <b>Pág. 34</b> Temas materiais e relevantes. <b>Pág. 36</b> – Capítulo 6. Informação complementar: Princípios seguidos para a elaboração do Relatório Corporativo de RSC. <b>Pág. 203</b>
<b>G4-22</b>	Descreva as consequências das reformulações das informações de históricos anteriores e suas causas.	– Capítulo 6. Informação Complementar: Princípios seguidos para a elaboração do Relatório Corporativo de RSC. <b>Pág. 203</b>
<b>G4-23</b>	Indique todas as mudanças significativas no Alcance e na Cobertura de cada Aspecto, em relação a memórias anteriores.	– Capítulo 6. Informação Complementar: Princípios seguidos para a elaboração do Relatório Corporativo de RSC. <b>Pág. 203</b>



## Participação de grupos de interesse

<b>G4-24</b>	Elabore uma lista dos grupos de interesse vinculados à organização.	– Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Relação com os grupos de interesse: Stakeholders. <b>Pág. 27</b>
<b>G4-25</b>	Indique no que se baseia a escolha dos grupos de interesse com os quais a organização trabalha.	– Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Relação com os grupos de interesse: Stakeholders. <b>Pág. 27</b>
<b>G4-26</b>	Descreva o enfoque da organização para a Participação dos grupos de interesse; por exemplo, a frequência com que colabora com os diversos tipos e grupos de partes interessadas, ou indique se a participação de um grupo deu-se especificamente no processo de elaboração do histórico.	– Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Relação com os grupos de interesse: Stakeholders. <b>Pág. 27</b> Fases do estudo de materialidade. <b>Pág. 34</b>
<b>G4-27</b>	Indique que questões e problemas-chave surgiram no início da Participação dos grupos de interesse e descreva a avaliação feita pela organização, entre outros aspectos, por meio de seu histórico. Especifique que grupos de interesse causaram cada um dos temas e problemas-chave.	– Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Relação com os grupos de interesse: Stakeholders. <b>Pág. 27</b>

## INDICADORES GRI4

## PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)



## Perfil do histórico

<b>G4-28</b>	Período objeto do histórico	2015
<b>G4-29</b>	Data do último histórico	2014
<b>G4-30</b>	Ciclo de apresentação de históricos	Anual
<b>G4-31</b>	Inclua um ponto de contato para resolução das dúvidas que possam surgir sobre o conteúdo do histórico.	– Capítulo 6. Informação Complementar: Princípios seguidos para a elaboração do Relatório Corporativo de RS. Pág. 203
<b>G4-32</b>	a. Indique que opção «em conformidade» com o Guia a organização escolheu. b. Informe o Índice de GRI da opção selecionada. c. Informe a referência ao Relatório de Verificação externa, se existir.	– Capítulo 6. Informação Complementar: Princípios seguidos para a elaboração do Relatório Corporativo de RS. Pág. 203
<b>G4-33</b>	a. Descreva a política e as práticas vigentes da organização em relação à verificação externa do histórico. b. Se não tiverem sido mencionadas no relatório de verificação anexo ao histórico de sustentabilidade, indique o alcance e o fundamento da verificação externa. c. Descreva a relação entre a organização e os fornecedores da verificação. d. Indique se o órgão superior de governança ou a diretoria executiva participaram da solicitação de verificação externa para o histórico de sustentabilidade da organização.	– Capítulo 6. Informação Complementar: Princípios seguidos para a elaboração do Relatório Corporativo de RS. Relatório de verificação. Pág. 226 – Carta do Presidente. Pág. 4



## Governança

<b>G4-34</b>	Descreva a estrutura de governança da organização, sem esquecer os comitês do órgão superior de governança. Indique quais comitês são responsáveis pela tomada de decisões sobre questões econômicas, ambientais e sociais.	Parágrafos C.1.1., C.1.2. e C.2.1. do Relatório Anual de Governança Corporativa (IAGC). <a href="http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeanual-mapfre.shtml">http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeanual-mapfre.shtml</a>  Por sua relevância, remetemos ao Regulamento do Conselho de Administração, documento aprovado em janeiro de 2015 e publicado na web Corporativa. Título I. Conselho de Administração e Título II. Comissão e Comitês Delegados <a href="http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml">http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml</a> Comissão e Comitês Delegados: <a href="http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/comisiones-delegadas-consejo.shtml">http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/comisiones-delegadas-consejo.shtml</a>
<b>G4-35</b>	Descreva o processo através do qual o órgão superior de governo delega a sua autoridade na alta direção e em determinados empregados para questões de índole econômica, ambiental e social.	Parágrafo C.2.1. do Relatório Anual de Governança Corporativa (IAGC). <a href="http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeanual-mapfre.shtml">http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeanual-mapfre.shtml</a>

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)
<b>G4-36</b> Indique se existem na organização cargos executivos ou com responsabilidades em questões econômicas, ambientais e sociais e se os seus titulares prestam contas diretamente ao órgão superior de governo.	Parágrafo C.2.1. do Relatório Anual de Governança Corporativa (IAGC). <a href="http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml">http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml</a>
<b>G4-37</b> Descreva os processos de consulta entre os grupos de interesse e o órgão superior de governo com respeito a questões econômicas, ambientais e sociais. Se esta consulta é delegada, assinale a quem e descreva os processos de intercâmbio de informação com o órgão superior de governo.	– Capítulo 4.3: A MAPFRE e seus Acionistas: a relação da MAPFRE com os acionistas e investidores. Pág. 123
<b>G4-38</b> Descreva a composição do órgão superior de governo e de seus comitês.	Parágrafos C.1.1 a C.1.3. e C.2.1. do Relatório Anual de Governança Corporativa (IAGC). <a href="http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml">http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml</a>
<b>G4-39</b> Indique se a pessoa que preside o órgão superior de governança também ocupa um cargo executivo. Se for esse o caso, descreva suas funções executivas e os motivos dessa disposição.	Parágrafo C.1.1. e C.2.1. do Relatório Anual de Governança Corporativa (IAGC). <a href="http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml">http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml</a> Título I, Capítulo II do Regimento do Conselho de Administração da MAPFRE: Composição.
<b>G4-40</b> Descreva os processos de nomeação e seleção do órgão superior de governança e seus comitês, bem como os critérios nos quais se baseiam a nomeação e a seleção dos membros do primeiro.	Parágrafos C.1.19., C.1.5. e C.1.6. do Relatório Anual de Governança Corporativa (IAGC). <a href="http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml">http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml</a>
<b>G4-41</b> Descreva os processos por meio dos quais o órgão superior de governança previne e administra possíveis conflitos de interesses. Indique se os conflitos de interesses são comunicados às partes interessadas.	Parágrafos D.6. e D.7. e A.1. a A.7. do Relatório Anual de Governança Corporativa (IAGC). <a href="http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml">http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml</a>
<b>G4-42</b> Descreva as funções do órgão superior de governança e da diretoria executiva no desenvolvimento, aprovação e atualização do propósito, dos valores ou das declarações de missão, estratégias, políticas e objetivos relativos aos impactos econômico, ambiental e social da organização.	Parágrafo C.2.1. do Relatório Anual de Governança Corporativa (IAGC). <a href="http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml">http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml</a> Título I, Capítulo I do Regimento do Conselho de Administração da MAPFRE: Funções e Competências do Conselho.
<b>G4-43</b> Indique que medidas foram tomadas para desenvolver e melhorar o conhecimento coletivo do órgão superior de governança em relação às questões econômicas, ambientais e sociais.	Parágrafos C.1.41 e C.1.40 do Relatório Anual de Governança Corporativa (IAGC). <a href="http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml">http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml</a>

## INDICADORES GRI4

## PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)

**G4-44**

a. Descreva os processos de avaliação do desempenho do órgão superior de governança em relação à governança das questões econômicas, ambientais e sociais. Indique se a avaliação é independente e com que frequência é realizada. Indique se se trata de uma autoavaliação.

b. Descreva as medidas adotadas como consequência da avaliação do desempenho do órgão superior de governança em relação à diretoria das questões econômicas, ambientais e sociais; entre outros aspectos, indique, no mínimo, se houve mudanças nos membros ou nas práticas organizacionais.

Parágrafo C.1.20. do Relatório Anual de Governança Corporativa (IAGC). <http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml>

Por sua relevância, remetemos ao Regulamento do Conselho de Administração, documento aprovado em janeiro de 2015 e publicado na web Corporativa. Título I. Conselho de Administração e Título II. Comissão e Comitês Delegados <http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml>

**G4-45**

a. Descreva a função do órgão superior de governança na identificação e na gestão dos impactos, riscos e oportunidades de caráter econômico, ambiental e social. Indique, também, qual é o papel do órgão superior de governança na aplicação dos processos de devidas diligências.

b. Indique se os grupos de interesse foram consultados para o trabalho do órgão superior de governança na identificação e na gestão dos impactos, riscos e oportunidades de caráter econômico, ambiental e social.

Parágrafos E.1., E.2. e F.1. do Relatório Anual de Governança Corporativa (IAGC). <http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml>

– Capítulo 3. A MAPFRE E A RSC: Fatores e riscos ASG. Pág. 48  
– Relatório de Contas Anuais 2015: Principais riscos.

Por sua relevância, remetemos ao Regulamento do Conselho de Administração, documento aprovado em janeiro de 2015 e publicado na web Corporativa. Capítulo IV: Comitê de Riscos e Cumprimento <http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml>

**G4-46**

Descreva a função do órgão superior de governança na análise da eficácia dos processos de gestão do risco da organização no que se refere às questões econômicas, ambientais e sociais.

Parágrafos E.2. e E.6. do Relatório Anual de Governança Corporativa (IAGC). <http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml>

Por sua relevância, remetemos ao Regulamento do Conselho de Administração, documento aprovado em janeiro de 2015 e publicado na web Corporativa. Capítulo IV: Comitê de Riscos e Cumprimento <http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml>

**G4-47**

Indique com que frequência o órgão superior de governança analisa os impactos, riscos e oportunidades de caráter econômico, ambiental e social.

Parágrafo E.1. do IAGC. do Relatório Anual de Governança Corporativa (IAGC). <http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml>

Por sua relevância, remetemos ao Regulamento do Conselho de Administração, documento aprovado em janeiro de 2015 e publicado na web Corporativa. Capítulo IV: Comitê de Riscos e Cumprimento <http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml>

– Capítulo 3. A MAPFRE E A RSC: Fatores e riscos ASG. Pág. 48  
– Relatório de Contas Anuais 2015: Gestão de Riscos.

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)
<p><b>G4-48</b> Indique qual é o comitê ou cargo de maior importância que revisa e aprova a memória de sustentabilidade da organização e certifica-se de que todos os Aspectos materiais sejam refletidos.</p>	<p>Parágrafo C.2.1. do Relatório Anual de Governança Corporativa (IAGC). <a href="http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml">http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml</a></p> <p>Por sua relevância, remetemos ao Regulamento do Conselho de Administração, documento aprovado em janeiro de 2015 e publicado na web Corporativa. Título I Capítulo I: Funções e Competências do Conselho <a href="http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml">http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml</a></p>
<p><b>G4-49</b> Descreva o processo de transmissão das preocupações importantes ao órgão superior de governança.</p>	<p>Por sua relevância, remetemos ao Regulamento do Conselho de Administração, documento aprovado em janeiro de 2015 e publicado na web Corporativa. Título I Capítulo I: Funções e Competências do Conselho <a href="http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml">http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml</a></p> <p>– Capítulo 4.3. A MAPFRE e seus Acionistas: Relação da MAPFRE com os acionistas e investidores Pág. 123</p> <p>Comitê de Ética: Código de Ética e Conduta: composição e funções: Consultas. <a href="https://www.mapfre.com/corporativo-es/responsabilidad-social/definicion-objetivos/codigo-etico.jsp">https://www.mapfre.com/corporativo-es/responsabilidad-social/definicion-objetivos/codigo-etico.jsp</a></p>
<p><b>G4-50</b> Indique a natureza e o número de preocupações importantes transmitidas ao órgão superior de governança; descreva, também, os mecanismos empregados para abordá-las e avaliá-las.</p>	<p>– Capítulo 4.3. A MAPFRE e seus Acionistas: Relação da MAPFRE com os acionistas e investidores. Pág. 123</p> <p>Comitê de Ética: Código de Ética e de Conduta: composição e funções. <a href="https://www.mapfre.com/corporativo-es/responsabilidad-social/definicion-objetivos/codigo-etico.jsp">https://www.mapfre.com/corporativo-es/responsabilidad-social/definicion-objetivos/codigo-etico.jsp</a></p>
<p><b>G4-51</b> a. Descreva as políticas de remuneração para o órgão superior de governança e a diretoria executiva. b. Relacione os critérios referentes ao desempenho que afetam a política de remuneração com os objetivos econômicos, ambientais e sociais do órgão superior de governança e da diretoria executiva.</p>	<p>Parágrafos A.1., A.3., A.4., A.5., A.10. e A.13. do Relatório Anual de Remunerações dos Conselheiros (IAR). <a href="https://www.mapfre.com/corporativo-es/images/informe-annual-sobre-remuneraciones-de-los-consejeros_tcm884-176231.pdf">https://www.mapfre.com/corporativo-es/images/informe-annual-sobre-remuneraciones-de-los-consejeros_tcm884-176231.pdf</a></p>
<p><b>G4-52</b> Descreva os processos de determinação da remuneração. Indique se se recorre a consultores para determinar a remuneração e se eles são independentes da diretoria. Indique qualquer outro tipo de relação que esses consultores possam ter, em termos de remuneração, com a organização.</p>	<p>Parágrafo A.2. do Relatório Anual de Remunerações dos Conselheiros (IAR). <a href="https://www.mapfre.com/corporativo-es/images/informe-annual-sobre-remuneraciones-de-los-consejeros_tcm884-176231.pdf">https://www.mapfre.com/corporativo-es/images/informe-annual-sobre-remuneraciones-de-los-consejeros_tcm884-176231.pdf</a></p>
<p><b>G4-53</b> Explique como a opinião dos grupos de interesse é solicitada e levada em consideração no que diz respeito à remuneração, incluindo, se for o caso, os resultados das votações em relação a políticas e propostas referentes a cada questão.</p>	<p>O Relatório Anual de remunerações é apresentado à Assembleia Geral e publicado previamente para o seu conhecimento <a href="http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/junta-general-mapfre-2015.shtml">http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/junta-general-mapfre-2015.shtml</a></p>

**INDICADORES GRI4**

**PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)**

**G4-54**

Calcule a relação entre a remuneração total anual da pessoa mais bem paga da organização em cada país onde forem realizadas operações significativas e a remuneração total anual média de todo o quadro de funcionários (sem contar a pessoa menos bem paga) do país correspondente.

As informações públicas sobre remunerações podem ser encontradas no histórico de contas anuais, conforme estabelecem as normas contábeis e mercantis. Também no Relatório Anual de Remunerações dos Conselheiros (IAR). <https://www.mapfre.com/corporativo-es/images/informe-anual-sobre-remuneraciones-de-los-consejeros-tcm884-176231.pdf>

**G4-55**

Calcule a relação entre o aumento percentual da remuneração total anual da pessoa mais bem paga da organização em cada país onde forem realizadas operações significativas e o aumento percentual da remuneração total anual média de todo o quadro de funcionários (sem contar a pessoa menos bem paga) do país correspondente.

– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus funcionários: Política de compensações e de reconhecimento. Pág. 75  
– Não é possível divulgar maior detalhe por questões de confidencialidade.



**Ética e integridade**

**G4-56**

Descreva os valores, princípios, padrões e normas da organização, como códigos de conduta ou códigos éticos.

– Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Nova política de RSC. Pág. 23

**G4-57**

Descreva os mecanismos internos e externos de assessoria em prol de uma conduta ética e lícita, bem como para os assuntos relacionados à integridade da organização, como linhas telefônicas de ajuda ou assessoria.

– Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Medidas de prevenção e cumprimento Pág. 54

**G4-58**

Descreva os mecanismos internos e externos de denúncia de condutas pouco éticas ou ilícitas e de assuntos relativos à integridade da organização, como a notificação encaminhada à diretoria, os mecanismos de denúncia de irregularidades ou as linhas telefônicas de ajuda.

Mecanismos Internos:  
Capítulo 3: MAPFRE e a RSC: Medidas de Prevenção e cumprimento. Pág. 54

Mecanismos Externos.  
– Capítulo 3: MAPFRE e a RSC: Relação com Grupos de interesse Pág. 27  
– Capítulo 6. Informação complementar. Capacidade de resposta. Pág. 203

**Conteúdos básicos específicos**

**INDICADORES GRI4**

**PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)**

CATEGORIA: ECONOMIA



**Desempenho econômico**

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

**G4-EC1**

Valor econômico direto gerado e distribuído, incluindo receitas, custos de exploração, remuneração a funcionários, doações e outros investimentos na comunidade, benefícios não distribuídos e pagamentos a fornecedores de capital e a governos.

– Relatório de Contas Anuais 2015.  
– Relatório Anual da FUNDACIÓN MAPFRE 2015.

INDICADORES GRI4		PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)
<b>G4-EC2</b>	Consequências financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da organização em decorrência das mudanças climáticas.	– Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Aspectos e Riscos ESG. Pág. 48 – Capítulo 4. A MAPFRE e seus Clientes: Produtos e serviços Ambientais Pág. 101 – Capítulo 5. Dimensão Ambiental: pegada de Carbono Pág. 179
<b>G4-EC3</b>	Cobertura das obrigações da organização em decorrência de programas de benefícios sociais.	– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Política de compensações e de reconhecimento. Pág. 75
<b>G4-EC4</b>	Ajudas financeiras significativas recebidas de governos.	– Relatório de Contas Anuais 2015. Unidades de negócio.
	<b>Presença no mercado</b> Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015	
<b>G4-EC5</b>	Classificação das relações entre o salário inicial padrão e o salário mínimo local em lugares onde operações significativas sejam desenvolvidas	Capítulo 4. A MAPFRE e seus Funcionários: Política de compensações e de reconhecimento. Pág. 75
<b>G4-EC6</b>	Porcentagem de diretores executivos procedentes da comunidade local em lugares onde operações significativas sejam desenvolvidas	– Capítulo 4. A MAPFRE e seus Funcionários: Diversidade geracional. Pág. 67
	<b>Consequências econômicas indiretas</b> Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015	
<b>G4-EC7</b>	Desenvolvimento e impacto do investimento em infraestrutura e os tipos de serviço.	– Não se aplica.
<b>G4-EC8</b>	Impactos econômicos indiretos significativos e seu alcance.	– Não se aplica.
	<b>Práticas de aquisição</b> Aspecto Não material de acordo com o processo de materialidade realizado em 2015	
<b>G4-EC9</b>	Porcentagem do gasto nos lugares com operações significativas que corresponde a fornecedores locais.	– Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Tipos de Fornecedores. Pág. 133
<b>CATEGORIA: MEIO AMBIENTE</b>		
	<b>Materiais</b> Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015	
<b>G4-EN1</b>	Materiais utilizados, por peso ou volume.	– Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: Ecoeficiência: otimização dos recursos. Pág. 185
<b>G4-EN2</b>	Porcentagem dos materiais utilizados que são reciclados.	

## INDICADORES GRI4

## PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)



## Energia

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-EN3</b>	Consumo energético interno, detalhado por fonte primária.	– Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: pegada de Carbono Pág. 179
<b>G4-EN4</b>	Consumo energético externo, detalhado por fontes primárias.	– Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: pegada de carbono Pág. 179
<b>G4-EN5</b>	Intensidade energética.	– Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: pegada de Carbono Pág. 179
<b>G4-EN6</b>	Redução do consumo de energia.	– Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: pegada de carbono Pág. 179 consecução de resultados 20015. Pág. 162
<b>G4-EN7</b>	Reduções dos requisitos energéticos dos produtos e serviços.	Capítulo 5 A MAPFRE e o ambiente: pegada de carbono Pág. 179



## Água

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-EN8</b>	Coleta total de água, segundo a fonte.	– Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: Ecoeficiência; Otimização de recursos Pág. 185
<b>G4-EN9</b>	Fontes de água afetadas consideravelmente pela captação de água.	– Não se aplica.
<b>G4-EN10</b>	Porcentagem e volume total de água reciclada e reutilizada.	– Não se aplica.



## Biodiversidade

Aspecto Não material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-EN11</b>	Instalações operacionais próprias, arrendadas, administradas, mas adjacentes, que contenham ou estejam localizadas em áreas protegidas e não protegidas de grande valor para a biodiversidade.	– Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: preservação da biodiversidade. Pág. 191
<b>G4-EN12</b>	Descrição dos impactos mais significativos na biodiversidade de áreas protegidas ou áreas de alta biodiversidade não protegidas, derivados dos produtos, atividades ou serviços.	– Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: preservação da biodiversidade. Pág. 191 – Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus Clientes: Produtos e serviços ambientais. Pág. 101
<b>G4-EN13</b>	Habitats protegidos ou restaurados.	Não temos provas de que os nossos produtos, atividades e serviços tiveram um impacto negativo direto sobre áreas protegidas ou de alta biodiversidade não protegidas em 2015
<b>G4-EN14</b>	Número de espécies incluídas na lista vermelha da UICN e em listas nacionais de conservação cujos habitats se encontram em áreas afetadas pelas operações, segundo o nível de perigo de extinção da espécie.	

## INDICADORES GRI4

## PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)



## Emissões

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-EN15</b>	Emissões diretas de gases de efeito estufa.	– Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: pegada de Carbono Pág. 179
<b>G4-EN16</b>	Emissões indiretas de gases de efeito estufa ao gerar energia.	
<b>G4-EN17</b>	Outras emissões indiretas de gases de efeito estufa.	
<b>G4-EN18</b>	Intensidade das emissões de gases de efeito estufa.	
<b>G4-EN19</b>	Redução das emissões de gases de efeito estufa.	
<b>G4-EN20</b>	Emissões de substâncias que exaurem o ozônio.	– Não se aplica.
<b>G4-EN21</b>	NOX, SOX e outras emissões atmosféricas significativas	– Não se aplica.



## Efluentes e resíduos

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-EN22</b>	Derramamento total de água, segundo sua qualidade e destino	– Não se aplica.
<b>G4-EN23</b>	Peso total dos resíduos, segundo o tipo e o método de tratamento	– Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: Gestão de resíduos. Pág. 138
<b>G4-EN24</b>	Número e volume totais dos derramamentos significativos	– Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: Derramamentos e vazamentos. Pág. 191
<b>G4-EN25</b>	Peso dos resíduos transportados, importados, exportados ou tratados considerados perigosos e percentagem de resíduos transportados internacionalmente.	– Não se aplica.
<b>G4-EN26</b>	Identificação, tamanho, estado de proteção e valor de biodiversidade das massas de água e dos habitats correspondentes afetados significativamente por derramamentos e vazamentos procedentes da organização.	– Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: Emissões e descargas. Pág. 191



## Produtos e serviços

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-EN27</b>	Grau de mitigação do impacto ambiental dos produtos e serviços.	– Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: produtos e serviços ambientais. Pág. 101
<b>G4-EN28</b>	Porcentagem dos produtos vendidos e seus materiais de embalagem recuperados no fim do seu ciclo de vida, por categoria de produtos.	– Não se aplica.

## INDICADORES GRI4

## PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)



## Cumprimento regulatório

Aspecto Não material de acordo com o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-EN29</b>	Valor monetário das multas significativas e número de sanções não monetárias por descumprimento da legislação e das normas ambientais.	Não temos conhecimento de reclamações, multas ou sanções significativas associadas a descumprimentos relativos às normas ambientais durante o exercício
----------------	--	---



## Transporte

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-EN30</b>	Impactos ambientais significativos do transporte de produtos e outros bens e materiais utilizados para as atividades da organização, bem como o transporte de funcionários.	– Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: Pegada de Carbono. Pág. 179
----------------	---	---



## Geral

Aspecto Não material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-EN31</b>	Detalhamento dos gastos e investimentos ambientais.	– Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: SYGMAYE. Ecoeficiência. Pág. 185
----------------	---	--



## Avaliação ambiental dos fornecedores

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-EN32</b>	Porcentagem de novos fornecedores que foram avaliados em função de critérios ambientais.	– Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Critérios de seleção de fornecedores e relação com estes. Pág. 134. Homologação de fornecedores. Pág. 136
<b>G4-EN33</b>	Impactos ambientais negativos significativos, reais e potenciais, na cadeia de fornecimento e medidas correspondentes.	– Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Homologação de fornecedores. Pág. 136 – Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: Gestão de resíduos. Pág. 188



## Mecanismo de reclamação em matéria de meio ambiente

Aspecto Não material de acordo com o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-EN34</b>	Número de reclamações ambientais apresentadas, abordadas e solucionadas por meio de mecanismos formais de reclamação.	Não temos conhecimento de outras reclamações, multas ou sanções significativas associadas a descumprimentos relativos às normas ambientais durante o exercício
----------------	---	--

## CATEGORIA: DESEMPENHO SOCIAL &gt; PRÁTICAS DE TRABALHO E TRABALHO DIGNO



## Emprego

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-LA1</b>	Número e taxa de contratação e rotação média de funcionários, detalhados por faixa etária, sexo e região.	– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Política de emprego. Pág. 62
---------------	---	--

**INDICADORES GRI4**

**PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)**

<b>G4-LA2</b>	Provisões sociais para os funcionários de período integral que não são oferecidas aos funcionários temporários ou de meio período, detalhadas por localização significativa de atividade.	– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Política de compensações e de reconhecimento. <b>Pág. 75</b>
<b>G4-LA3</b>	Índices de reincorporação ao trabalho e retenção após licença-maternidade ou paternidade, detalhados por sexo.	– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários. Ambiente de trabalho. <b>Pág. 80</b>



**Relações entre os trabalhadores e a diretoria**  
Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-LA4</b>	Prazos mínimos de aviso prévio para mudanças operacionais e possível inclusão dessas mudanças em convênios coletivos.	– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Representação legal dos trabalhadores. <b>Pág. 89</b>
---------------	---	---



**Saúde e segurança no trabalho**  
Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-LA5</b>	Porcentagem de trabalhadores representados em comitês formais de segurança e saúde conjuntos para a diretoria e os funcionários, estabelecidos para ajudar a controlar e assessorar em relação a programas de saúde e segurança no trabalho.	– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Bem-estar e conciliação. <b>Pág. 77</b>
<b>G4-LA6</b>	Tipo e taxa de lesão, doença profissional, dias perdidos, ausência e número de vítimas mortais relacionadas ao trabalho por região e por sexo.	
<b>G4-LA7</b>	Trabalhadores cuja profissão tem uma incidência ou um risco elevado de doença.	
<b>G4-LA8</b>	Questões de saúde e segurança cobertos por acordos formais nos sindicatos.	



**Capacitação e educação**  
Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-LA9</b>	Média de horas de capacitação anuais por funcionário, detalhada por sexo e por categoria de trabalho.	– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Gestão do talento; Treinamento. <b>Pág. 70</b>
<b>G4-LA10</b>	Programas de gestão de habilidades de formação contínua que incentivam a empregabilidade dos trabalhadores e os ajudam a administrar o fim de suas carreiras profissionais.	– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Gestão do talento: Desenvolvimento, mobilidade e promoção: Desenvolvimento, mobilidade interna e promoção e Treinamento. <b>Pág. 70</b>
<b>G4-LA11</b>	Porcentagem de funcionários que recebem avaliações regulares do desempenho e de desenvolvimento profissional.	– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Gestão do talento; Desenvolvimento <b>Pág. 70</b>



**Diversidade e igualdade de oportunidades**  
Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-LA12</b>	Composição dos órgãos de governança e detalhamento do quadro de funcionários por categoria profissional e sexo, idade, identificação com minorias e outros indicadores de diversidade.	– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Organização. <b>Pág. 61</b> . Diversidade, inclusão e igualdade de oportunidades. <b>Pág. 64</b> – Relatório Anual de Contas 2015: Órgãos de governança.
----------------	--	--

## INDICADORES GRI4

## PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)



### Igualdade de remuneração entre mulheres e homens

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

- G4-LA13** Relação entre o salário-base dos homens em relação ao das mulheres, detalhada por categoria profissional e por localização significativa de atividade. – Essa informação não estava disponível na data de fechamento do relatório.



### Avaliação das práticas de trabalho dos fornecedores

Aspecto Não material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

- G4-LA14** Porcentagem de novos fornecedores que foram avaliados em função de critérios relativos às práticas de trabalho. – Capítulo 4.5 A MAPFRE e seus Fornecedores: Critérios de seleção de fornecedores e relação com estes. Pág. 135  
Homologação de Fornecedores. Pág. 136

- G4-LA15** Impactos negativos significativos, reais e potenciais, nas práticas de trabalho na cadeia de fornecimento e medidas correspondentes. – Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Critérios de seleção de fornecedores e relação com estes. Pág. 135



### Mecanismos de reclamação sobre as práticas de trabalho

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

- G4-LA16** Número de reclamações sobre práticas de trabalho apresentadas, abordadas e solucionadas por meio de mecanismos formais de reclamação. – Capítulo 3. A MAPFRE E A RSC: Medidas de prevenção e cumprimento. Pág. 54

## CATEGORIA: DESEMPENHO SOCIAL > DIREITOS HUMANOS



### Investimento

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

- G4-HR1** Porcentagem e número total de acordos de investimento significativos que incluem cláusulas de direitos humanos ou que tenham sido objeto de análise em matéria de direitos humanos. – Essa informação não estava disponível na data de fechamento do relatório.

- G4-HR2** Horas de formação dos funcionários sobre políticas e procedimentos relacionados aos aspectos dos direitos humanos que forem relevantes para suas atividades, incluindo a porcentagem de funcionários capacitados. – Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Medidas de prevenção e cumprimento. Pág. 54



### Não discriminação

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

- G4-HR3** Número de casos de discriminação e medidas corretivas adotadas. – Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Medidas de prevenção e cumprimento. Pág. 89

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)



**Liberdade de associação e negociação coletiva**  
Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

- G4-HR4** Identificação de centros e fornecedores significativos, para os quais a liberdade de associação e o direito de assinar convênios coletivos podem ser infringidos ou estar ameaçados, e medidas adotadas para defender esses direitos.
- Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Nova Política de RSC. Pág. 23. Compromissos internacionais Pág. 39. Medidas de prevenção e cumprimento. Pág. 54
  - Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus FUNCIONÁRIOS. Representação legal dos trabalhadores. Pág. 89.
  - Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Homologação de fornecedores. Pág. 136
  - Código de Ética e Conduta.



**Trabalho infantil**  
Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

- G4-HR5** Identificação de centros e fornecedores com um risco significativo de casos de exploração infantil e medidas adotadas para contribuir para a erradicação da exploração infantil.
- Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Política de RSC Pág. 23; Compromisso com o desenvolvimento sustentável. Pág. 39
  - Análise de Riscos ASG Pág. 48; medidas de prevenção e cumprimento. Pág. 54
  - Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Representação legal dos trabalhadores. Pág. 89
  - Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Fidelização e avaliação da qualidade do serviço. Pág. 136
  - Código de Ética e Conduta.



**Trabalho forçado**  
Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

- G4-HR6** Centros e fornecedores com um risco significativo de originar episódios de trabalho forçado e medidas adotadas para contribuir para a eliminação de todas as formas de trabalho forçado.
- Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Compromissos internacionais. Pág. 39. Análise de riscos ASG Pág. 48. Medidas de prevenção e cumprimento. Pág. 54
  - Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus FUNCIONÁRIOS. Política de emprego. Pág. 62
  - Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Fidelização e avaliação da qualidade do serviço. Pág. 136
  - Código de Ética e Conduta.



**Medidas de segurança**  
Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

- G4-HR7** Porcentagem da equipe de segurança que recebeu capacitação em relação às políticas ou os procedimentos da organização em matéria de direitos humanos relevantes para as operações.
- Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Compromissos internacionais Pág. 39; Análise de riscos ASG Pág. 48; Medidas de prevenção e cumprimento. Pág. 54

**INDICADORES GRI4**

**PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)**



**Direitos da população indígena**  
Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

**G4-HR8** Número de casos de violação dos direitos humanos dos povos indígenas e medidas adotadas. – Não se aplica.



**Avaliação**  
Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

**G4-HR9** Número e percentagem de centros que tenham sido objeto de análise ou avaliação de impactos em matéria de direitos humanos. – Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Compromisso com o desenvolvimento sustentável. Pág. 39



**Avaliação dos fornecedores em matéria de Direitos Humanos**  
Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

**G4-HR10** Porcentagem de novos fornecedores que se avaliaram em função de critérios relativos aos direitos humanos. – Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Compromisso com o desenvolvimento sustentável. Pág. 39  
– Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Homologação de fornecedores. Pág. 136

**G4-HR11** Impactos negativos significativos em matéria de direitos humanos, reais e potenciais, na cadeia de fornecimento e medidas adotadas. – Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Fidelização e avaliação da qualidade do serviço. Pág. 136



**Mecanismos de reclamação em matéria de Direitos Humanos**  
Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

**G4-HR12** Número de reclamações sobre direitos humanos apresentadas, abordadas e solucionadas por meio de mecanismos formais de reclamação. – Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Medidas de prevenção e cumprimento. Pág. 54

**CATEGORIA: DESEMPENHO SOCIAL > SOCIEDADE**



**Comunidades locais**  
Aspecto Não material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

**G4-S01** Porcentagem de centros nos quais foram implantados programas de desenvolvimento, avaliações de impactos e participação da comunidade local. – Relatório Anual da FUNDACIÓN MAPFRE 2015.

**G4-S02** Centros de operações com efeitos negativos significativos, possíveis ou reais, sobre as comunidades locais. – Relatório Anual da FUNDACIÓN MAPFRE 2015.

## INDICADORES GRI4

## PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)



## Luta contra a corrupção

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

- |               |   |  |
|---------------|---|--|
| <b>G4-S03</b> | Número e percentagem de centros nos quais foram avaliados os riscos relacionados à corrupção e os riscos significativos detectados. | – Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Compromissos internacionais. Pág. 39. Análise de riscos ASG Pág. 48; Medidas de prevenção e cumprimento. Pág. 54 |
| <b>G4-S04</b> | Políticas e procedimentos de comunicação e capacitação em relação à luta contra a corrupção.  |  |
| <b>G4-S05</b> | Casos confirmados de corrupção e medidas adotadas.  |  |



## Política pública

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

- |               |   |   |
|---------------|---|---|
| <b>G4-S06</b> | Valor das contribuições políticas, por país e destinatário. | Código de Boa Governança <a href="https://www.mapfre.com/corporativo-es/accionistas-inversores/inversores/gobierno-corporativo/">https://www.mapfre.com/corporativo-es/accionistas-inversores/inversores/gobierno-corporativo/</a><br>Código de Ética e Conduta <a href="https://www.mapfre.com/corporativo-es/responsabilidad-social/definicion-objetivos/codigo-etico.jsp">https://www.mapfre.com/corporativo-es/responsabilidad-social/definicion-objetivos/codigo-etico.jsp</a> |
|---------------|---|---|



## Práticas de concorrência desleal

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

- |               |   |  |
|---------------|---|--|
| <b>G4-S07</b> | Número de processos por concorrência desleal, práticas monopolistas ou contra a livre concorrência e seus resultados. | Em 2015, não surgiram demandas significativas por concorrência desleal, práticas monopolistas ou contra a livre concorrência |
|---------------|---|--|



## Cumprimento regulatório

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

- |               |   |  |
|---------------|---|--|
| <b>G4-S08</b> | Valor monetário das multas significativas e número de sanções não monetárias por descumprimento da legislação e das normas. | O montante correspondente a multas e sanções por descumprimento da legislação e das normas (em geral e em relação ao fornecimento e ao uso de produtos e serviços) pago em 2015 não tem caráter de "significativo" para o Grupo MAPFRE |
|---------------|---|--|

## INDICADORES GRI4

## PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)



## Avaliação da repercussão social dos fornecedores

Aspecto Não material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-S09</b>	Porcentagem de novos fornecedores que foram avaliados em função de critérios relativos à repercussão social.	– Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Homologação de fornecedores. Pág. 136
<b>G4-S010</b>	Impactos negativos significativos e potenciais para a sociedade na cadeia de fornecimento e medidas adotadas.	– Não se aplica.



## Mecanismos de reclamação por impacto social

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-S011</b>	Número de reclamações sobre impactos sociais apresentadas, abordadas e solucionadas por meio de mecanismos formais de reclamação.	Durante o exercício de 2015 e por meio dos mecanismos formais existentes na organização, não foi registrada nenhuma reclamação sobre impactos sociais
----------------	---	---

## CATEGORIA: DESEMPENHO SOCIAL &gt; RESPONSABILIDADE SOBRE PRODUTOS



## Saúde e segurança dos clientes

Aspecto Não material de acordo com o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-PR1</b>	Porcentagem de categorias de produtos e serviços significativos cujos impactos em termos de saúde e segurança foram avaliados para promover melhorias.	– Não se aplica.
<b>G4-PR2</b>	Número de incidentes derivados do descumprimento das normas ou dos códigos voluntários relativos aos impactos dos produtos e serviços na saúde e na segurança durante seu ciclo de vida, detalhados em função do tipo de resultado desses incidentes.	– Não se aplica.



## Rotulagem dos produtos e serviços

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-PR3</b>	Tipo de informação exigida pelos procedimentos da organização em relação às informações e à rotulagem de seus produtos e serviços, e porcentagem de categorias de produtos e serviços significativos que estão sujeitas a esses requisitos.	– Não disponível – Varia em função da legislação local. Aplica principalmente a produtos de Poupança e Investimento.
<b>G4-PR4</b>	Número de descumprimentos da regulamentação e dos códigos voluntários relativos às informações e à rotulagem dos produtos e serviços, detalhados em função do tipo de resultado.	– Capítulo 4.2. MAPFRE e seus Clientes. Reclamações e Queixas. Pág. 109
<b>G4-PR5</b>	Resultados das pesquisas de satisfação dos clientes.	– Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Fidelização. Qualidade na MAPFRE. Pág. 106

## INDICADORES GRI4

## PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)



## Comunicações de Marketing

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-PR6</b>	Venda de produtos proibidos ou em litígio.	– Não se aplica.
<b>G4-PR7</b>	Número de casos de descumprimento das normas ou dos códigos voluntários relativos às comunicações de marketing, como publicidade, promoções e patrocínios, detalhados em função do tipo de resultado.	Durante o exercício de 2015, não foram registrados casos significativos de descumprimento das normas ou dos códigos voluntários assumidos pela empresa.



## Privacidade dos clientes

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-PR8</b>	Número de reclamações fundamentadas sobre a violação da privacidade e o vazamento de dados dos clientes.	– Capítulo 3 MAPFRE e a Responsabilidade Social: Medidas de prevenção e cumprimento; Segurança. Pág. 59 – Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Reclamações e Queixas. Pág. 109
---------------	--	--



## Cumprimento regulatório

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2015

<b>G4-PR9</b>	Custo das multas significativas por descumprir a regulamentação e a legislação relativas ao fornecimento e a utilização de produtos e serviços.	– Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Reclamações e Queixas. Pág. 109 O montante correspondente a multas e sanções por descumprimento da legislação e das normas pago em 2015 não tem caráter de "significativo" para o Grupo MAPFRE
---------------	---	---

## Indicadores GRI suplemento financeiro

## INDICADORES GRI4

## PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)



## Impacto de produtos e serviços

<b>G4-FS1</b>	Políticas com componentes específicos sociais e ambientais aplicados às linhas de negócio.	– Capítulo 3. A MAPFRE E A RSC: Análise de riscos ASG. Pág. 48 – Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus Clientes: Produtos e serviços de alto conteúdo social Pág. 98. Produtos e serviços ambientais. Pág. 101 – Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: Compromisso com o Meio Ambiente e a Sustentabilidade. Pág. 160
<b>G4-FS2</b>	Procedimentos para avaliar e proteger as linhas de negócio quanto a riscos ambientais e sociais.	– Capítulo 3. A MAPFRE E A RSC: Análise de riscos ASG. Pág. 48 – Capítulo 5. A MAPFRE e o Meio ambiente: Estratégia da MAPFRE para a atenuação e adaptação à Mudança Climática. Pág. 174

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)
<b>G4-FS3</b> Processos para monitorizar a implementação e o cumprimento dos requerimentos ambientais e sociais incluídos em acordos e transações com clientes.	– Capítulo 3. A MAPFRE E A RSC: Análise de riscos ASG. Pág. 48 – Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus Clientes: Produtos e serviços de alto conteúdo social Pág. 98. Produtos e serviços ambientais. Pág. 101 – Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: Compromisso com o Meio Ambiente e a Sustentabilidade. Pág. 160
<b>G4-FS4</b> Processos para melhorar a competência do quadro de funcionários no momento de implementar as políticas e procedimentos sociais e ambientais aplicáveis às linhas de negócio.	– Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: SIGMAYE. Cultura Ambiental. Pág. 194
<b>G4-FS5</b> Interações com clientes, investidores e sócios quanto aos riscos e oportunidades em temas sociais e de meio ambiente.	– Capítulo 3. A MAPFRE E A RSC: Fatores e Riscos ASG. Pág. 48. CLIENTES – Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Inovação Pág. 94. Canais de comunicação. Pág. 104 INVESTIDORES. – Capítulo 4.3. A MAPFRE e seus acionistas: Relação da MAPFRE com os acionistas e investidores. Pág. 123 – <a href="http://mapfre.com">mapfre.com</a> : Informação corporativa do Grupo MAPFRE/ Seção Acionistas e Investidores. – Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: Estratégia para a atenuação e adaptação à Mudança Climática. Pág. 174



### Carteira de produto

<b>G4-FS6</b> Detalhamento da carteira para cada linha de negócio, por região específica, tamanho e setor.	– Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Inovação. Pág. 94 – Relatório de Contas Anuais 2015. Unidades de negócio.
<b>G4-FS7</b> Valor monetário dos produtos e serviços projetados para oferecer um benefício social específico por cada linha de negócio detalhado por objetivos.	– Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: produtos e serviços ambientais. Pág. 101
<b>G4-FS8</b> Valor monetário dos produtos e serviços projetados para oferecer um benefício ambiental específico por cada linha de negócio detalhado por objetivos.	



### Auditoria

<b>G4-FS9</b> Cobertura e frequência das auditorias para avaliar a implementação das políticas ambientais e sociais e os procedimentos de avaliação de riscos.	– Carta do Presidente. Pág. 4 – Capítulo 3. A MAPFRE e a RSC: Fatores e Riscos ASG Pág. 48; Medidas de prevenção e controle Pág. 54 – Capítulo 5. A MAPFRE e o meio ambiente: SIGMAYE. Pág. 168 – Capítulo 6. Informação Complementar: Princípios seguidos para a elaboração do relatório. Pág. 203
--	--

## INDICADORES GRI4

## PÁGINA / INFORMAÇÃO (OMISSÃO)



## Gestão ativa da propriedade

- |                |  |  |
|----------------|--|--|
| <b>G4-FS10</b> | Percentual e número de empresas na carteira com as quais se interagiu em assuntos sociais ou ambientais.   | –Essa informação não estava disponível na data de fechamento do relatório. |
| <b>G4-FS11</b> | Percentual de ativos sujeitos a análise positiva ou negativa social ou ambiental.  |  |
| <b>G4-FS12</b> | Políticas de voto aplicadas relativas a assuntos sociais ou ambientais para entidades sobre as quais a organização tem direito a voto ou assessor no voto. | – Não se aplica.   |



## Comunidade

- |                |   |   |
|----------------|---|---|
| <b>G4-FS13</b> | Acessibilidade em áreas de baixa densidade populacional ou lugares desfavorecidos.    | – Capítulo 3. A MAPFRE E A RSC: Nova política de RSC. Pág. 23<br>– Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Produtos e serviços de Alto conteúdo social. Pág. 98 |
| <b>G4-FS14</b> | Iniciativas para melhorar o acesso dos grupos desfavorecidos aos serviços financeiros | – Relatório da Fundação MAPFRE 2015   |



## Saúde e segurança do cliente

- |                |  |   |
|----------------|--|---|
| <b>G4-FS15</b> | Políticas para a elaboração e venda de produtos e serviços financeiros, de maneira razoável e justa. | – Capítulo 3. A MAPFRE E A RSC: Nova Política de RSC. Pág. 23<br>– Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Produtos e serviços de Alto conteúdo social. Pág. 98 |
|----------------|--|---|



## Comunicações de marketing

- |                |   |                                     |
|----------------|---|-------------------------------------|
| <b>G4-FS16</b> | Iniciativas para melhorar a alfabetização e educação financeira segundo o tipo de beneficiário. | – Relatório da Fundação MAPFRE 2015 |
|----------------|---|-------------------------------------|

## 6.3. RELATÓRIO DE VERIFICAÇÃO EXTERNA



KPMG Asesores S.L.  
Edificio Torre Europa  
Paseo de la Castellana, 95  
28046 Madrid

### Relatório de Revisão Independente para o Conselho Diretivo da MAPFRE, S.A.

Nos termos do nosso caderno de encargos, examinámos a informação não financeira contida no Relatório Anual de Responsabilidade Social da MAPFRE, S.A. (adiante designada por "MAPFRE") do exercício findo a 31 de dezembro de 2015 (adiante designado por "Relatório") assim como dos indicadores incluídos nos Relatórios locais equivalentes da MAPFRE em Argentina, Brasil, Colômbia, Estados Unidos da América, México, Peru, Porto Rico e Turquia, detalhados no Anexo do Relatório.

É da responsabilidade do Conselho Diretivo da MAPFRE elaborar e apresentar o Relatório em conformidade com o Guia para a elaboração de Relatórios de Sustentabilidade e o Suplemento Setorial de Serviços Financeiros da Global Reporting Initiative, versão 4.0 (G4), nos termos descritos no ponto G4-32 do Índice de conteúdos GRI do Relatório e seguindo os critérios de *Materiality Disclosure Service*, tendo obtido a confirmação da Global Reporting Initiative sobre a sua correta aplicação. O Conselho Diretivo é também responsável pela informação e as afirmações contidas no mesmo; pela determinação dos objetivos da MAPFRE no que respeita à seleção e apresentação de informação sobre o desempenho em matéria de desenvolvimento sustentável, incluindo a identificação dos grupos de interesse e das questões materiais; assim como pelo desenvolvimento e manutenção dos sistemas de controlo e gestão do desempenho a partir dos quais a informação é obtida.

A nossa responsabilidade consiste em realizar uma revisão limitada e, com base no trabalho desenvolvido, elaborar o presente relatório, que se refere em exclusivo à informação relativa ao exercício de 2015. Realizámos o nosso trabalho nos termos da Norma ISAE 3000, *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*, emitida pelo International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) e do Guia de Intervenção sobre trabalhos de revisão de Relatórios de Responsabilidade Corporativa elaborado pela Ordem dos Revisores Oficiais de Contas (" Instituto de Censores Jurados de Cuentas") de Espanha (ICJCE). Estas normas exigem que planifiquemos e realizemos o nosso trabalho de modo a obtermos uma segurança limitada sobre se o relatório não contém erros materiais.

A KPMG aplica a norma ISQC1 (*International Standard on Quality Control 1*) e, em conformidade com a mesma, mantém um sistema integral de controlo de qualidade que inclui políticas e procedimentos documentados no que respeita ao cumprimento dos requisitos éticos, padrões profissionais e exigências legais e regulamentares aplicáveis.

Cumprimos os requisitos de independência e outros requisitos éticos do *Code of Ethics for Professional Accountants* emitido pelo *International Ethics Standards Board for Accountants*, que se baseia nos princípios fundamentais de integridade, objetividade, competência e diligência profissionais, confidencialidade e comportamento profissional.

O nosso trabalho de revisão limitada concretizou-se com recurso a entrevistas com o Conselho Diretivo e pessoas responsáveis pela elaboração da informação incluída no Relatório, e à aplicação de procedimentos analíticos e outros tendentes a coligir evidências, como:

- A verificação dos processos de que a MAPFRE dispõe para determinar quais são os aspetos materiais, assim como a participação dos grupos de interesse nos mesmos.
- A verificação, com recurso a entrevistas com o Conselho Diretivo e com outros colaboradores relevantes, tanto a nível de grupo como a nível das unidades de negócio selecionadas, da existência de uma estratégia e políticas de sustentabilidade e Responsabilidade Corporativa para ir ao encontro das questões materiais e sua implementação a todos os níveis da MAPFRE.
- A avaliação da consistência da descrição da aplicação das políticas e da estratégia em matéria de sustentabilidade, governo, ética e integridade da MAPFRE.
- A análise de riscos, incluindo a procura ao identificar questões materiais durante o exercício objeto do Relatório.

- A revisão da consistência da informação que vai ao encontro dos Conteúdos Básicos Gerais com os sistemas de documentação interna.
- A análise dos processos de recolha e controlo interno dos dados quantitativos espelhados o Relatório, no que respeita à fiabilidade da informação, recorrendo-se a procedimentos analíticos e testes de revisão com base em amostragens.
- A revisão da aplicação dos requisitos estabelecidos no Guia para a elaboração de Relatórios de Sustentabilidade G4 da Global Reporting Initiative para a elaboração de relatórios de acordo com a opção de conformidade exaustiva.
- A leitura da informação constante do Relatório para determinar se está em linha com o nosso conhecimento geral e experiência, em relação com o desempenho em termos de sustentabilidade da MAPFRE.
- A comparação da informação financeira que faz parte do Relatório com a que consta das contas anuais da MAPFRE, auditadas por terceiros independentes.

A nossa equipa multidisciplinar foi constituída por especialistas no desempenho social, ambiental e económico da empresa.

Os procedimentos levados a cabo num compromisso de garantia limitada variam em natureza e tempo aplicado, sendo mais reduzidos que os de um compromisso de revisão razoável. Nestes termos, o nível de garantia obtido num trabalho de revisão limitada é inferior ao de uma revisão razoável. Em nenhum caso o presente relatório pode ser entendido como um relatório de auditoria.

A nossa conclusão baseia-se nos aspetos indicados no presente Relatório de Revisão Independente. Consideramos que a evidência que obtivemos disponibiliza uma base suficiente e adequada para as nossas conclusões.

Com base nos procedimentos realizados e a evidência obtida, nos termos descritos anteriormente, não ficou patente nenhum aspeto que nos leve a considerar que o Relatório Anual de Responsabilidade Corporativa da MAPFRE, S.A. do exercício encerrado a 31 de dezembro de 2015 não tenha sido elaborado, em todos os aspetos significativos, de acordo com o Guia para a elaboração de Relatórios de Sustentabilidade e o Suplemento Setorial de Serviços Financeiros da Global Reporting Initiative, versão 4.0 (G4), de acordo com o descrito no ponto G4-32 do Índice de conteúdos GRI do Relatório, o que inclui a fiabilidade dos dados, a adequação da informação apresentada e a ausência de desvios e omissões significativos.

Noutro documento apresentaremos ao Conselho Diretivo da MAPFRE um relatório interno que contém as nossas conclusões e áreas de melhoria.

Em conformidade com os termos e condições do nosso caderno de encargos, o presente Relatório de Revisão Independente foi elaborado para a MAPFRE no que respeita ao seu Relatório Anual de Responsabilidade Corporativa 2015, assim como aos Relatórios locais equivalentes da MAPFRE em Argentina, Brasil, Colômbia, Estados Unidos da América, México, Peru, Porto Rico e Turquia. Nestes termos, não tem outra finalidade nem pode ser utilizado num contexto diferente.

KPMG Asesores, S.L.

*(Assinado)*

José Luis Blasco Vázquez

4 de março de 2016

INDICADORES DE ARGENTINA					
ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES
Indicadores de gestão económica		Indicadores de gestão social		Indicadores de gestão social (cont.)	
Desempenho Económico	G4-EC1	Práticas Trabalhistas e Trabalho decente		Sociedade	
	G4-EC2	Emprego	G4-LA1	Comunidades Locais	G4-SO1
	G4-EC3		G4-LA2		G4-SO2
	G4-EC4		G4-LA3		G4-SO3
Presença no Mercado	G4-EC5	Relações Trabalhistas	G4-LA4	Combate à Corrupção	G4-SO4
Práticas de Compra	G4-EC6	Saúde e Segurança no Trabalho	G4-LA5		G4-SO5
	G4-EC9		G4-LA6	Políticas Públicas	G4-SO6
Indicadores de gestão ambiental			G4-LA7	Concorrência Desleal	G4-SO7
Materiais	G4-EN1		G4-LA8	Conformidade	G4-SO8
	G4-EN2	Treinamento e Educação	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Impactos na Sociedade	G4-SO11	
Energia	G4-EN3		G4-LA9	Responsabilidade pelo produto	
	G4-EN4		G4-LA10	Rotulagem de Produtos e Serviços	G4-PR4
	G4-EN5	G4-LA11		G4-PR5	
	G4-EN6	Diversidade e Igualdade de Oportunidades	G4-LA12	Comunicações de Marketing	G4-PR7
Água	G4-EN8	Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens	G4-LA13	Privacidade do Cliente	G4-PR8
		Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	G4-LA14	Conformidade	G4-PR9
Biodiversidade	G4-EN11		Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	G4-LA15	Suplemento Setorial de Serviços Financeiros
	G4-EN12		G4-LA16	Impacto de produtos e serviços	G4-FS1
	G4-EN13	Direitos Humanos			G4-FS2
	G4-EN14	Investimentos	G4-HR2		G4-FS3
Emissões	G4-EN15	Não discriminação	G4-HR3		G4-FS4
	G4-EN16	Liberdade de Associação e Negociação Coletiva	G4-HR4	G4-FS5	
	G4-EN17	Trabalho Infantil	G4-HR5	Carteira de produto	G4-FS6
	G4-EN18	Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo	G4-HR6		G4-FS7
	G4-EN19	Práticas de Segurança	G4-HR7	G4-FS8	
Efluentes e Resíduos	G4-EN23	Avaliação	G4-HR9	Auditoria	G4-FS9
	G4-EN24	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Direitos Humanos	G4-HR12	Gestão activa da propriedade	G4-FS10
	G4-EN26				G4-FS11
Produtos e Serviços	G4-EN27			Comunidades Locais	G4-FS13
Conformidade	G4-EN29				G4-FS14
Transportes	G4-EN30			Saúde e Segurança do Cliente	G4-FS15
Geral	G4-EN31			Comunicações de Marketing	G4-FS16
Mecanismos de Queixas e reclamações Relativas a Impactos Ambientais	G4-EN34				

INDICADORES DE BRASIL								
ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES			
Indicadores de gestão económica		Indicadores de gestão social		Indicadores de gestão social (cont.)				
Desempenho Económico	G4-EC1	Práticas Trabalhistas e Trabalho decente		Sociedade				
	G4-EC2	Emprego	G4-LA1	Comunidades Locais	G4-SO1			
	G4-EC3		G4-LA2		G4-SO2			
	G4-EC4		G4-LA3	G4-SO3				
Presença no Mercado	G4-EC5	Relações Trabalhistas	G4-LA4	Combate à Corrupção	G4-SO4			
	G4-EC6	Saúde e Segurança no Trabalho	G4-LA5		G4-SO5			
Práticas de Compra	G4-EC9		G4-LA6	Políticas Públicas	G4-SO6			
			G4-LA7	Concorrência Desleal	G4-SO7			
Indicadores de gestão ambiental			G4-LA8	Conformidade	G4-SO8			
Materiais	G4-EN1	Treinamento e Educação	G4-LA9	Avaliação de Fornecedores em Impactos na Sociedade	G4-SO9			
	G4-EN2		G4-LA10		G4-SO10			
Energia	G4-EN3	Diversidade e Igualdade de Oportunidades	G4-LA11	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Impactos na Sociedade	G4-SO11			
	G4-EN4					Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens	Responsabilidade pelo produto	
	G4-EN5						G4-LA12	Rotulagem de Produtos e Serviços
	G4-EN6	G4-LA13	Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	G4-PR5				
	G4-EN7	G4-LA14		Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	Comunicações de Marketing	G4-PR7		
Água	G4-EN8	Direitos Humanos	G4-LA15	Privacidade do Cliente		G4-PR8		
		Biodiversidade	G4-EN11	Investimentos	G4-HR2	Conformidade	G4-PR9	
G4-EN12	Não discriminação		G4-HR3			Suplemento Setorial de Serviços Financeiros		
G4-EN13				Liberdade de Associação e Negociação Coletiva	G4-HR4	Impacto de produtos e serviços	G4-FS1	
G4-EN14	Trabalho Infantil		G4-HR5	G4-FS2				
Emissões	G4-EN15	Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo	G4-HR6	G4-FS3				
	G4-EN16	Práticas de Segurança	G4-HR7	G4-FS4				
	G4-EN17	Avaliação	G4-HR9	G4-FS5				
	G4-EN18			Carteira de produto	G4-FS6			
	G4-EN19	Avaliação de Fornecedores em Direitos Humanos	G4-HR10		G4-FS7			
Efluentes e Resíduos	G4-EN23	G4-HR11	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Direitos Humanos	G4-HR12	G4-FS8			
	G4-EN24	Auditoria			G4-FS9			
	G4-EN26		Gestão activa da propriedade	G4-FS10				
Produtos e Serviços	G4-EN27	G4-FS11						
Conformidade	G4-EN29	Comunidades Locais	G4-FS13					
Transportes	G4-EN30		G4-FS14					
Geral	G4-EN31	Saúde e Segurança do Cliente	G4-FS15					
Avaliação Ambiente de Fornecedores	G4-EN32	Comunicações de Marketing	G4-FS16					
	G4-EN33							
Mecanismos de Queixas e reclamações Relativas a Impactos Ambientais	G4-EN34							

INDICADORES DE COLÔMBIA					
ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES
Indicadores de gestão económica		Indicadores de gestão social		Indicadores de gestão social (cont.)	
Desempenho Económico	G4-EC1	Práticas Trabalhistas e Trabalho decente		Sociedade	
	G4-EC2	Emprego	G4-LA1	Comunidades Locais	G4-SO1
	G4-EC3		G4-LA2		G4-SO2
	G4-EC4		G4-LA3		G4-SO3
Presença no Mercado	G4-EC5	Relações Trabalhistas	G4-LA4	Combate à Corrupção	G4-SO4
Práticas de Compra	G4-EC6	Saúde e Segurança no Trabalho	G4-LA5		G4-SO5
	G4-EC9		G4-LA6	Políticas Públicas	G4-SO6
Indicadores de gestão ambiental			G4-LA7	Concorrência Desleal	G4-SO7
Materiais	G4-EN1		G4-LA8	Conformidade	G4-SO8
	G4-EN2	Treinamento e Educação	G4-LA9	Avaliação de Fornecedores em Impactos na Sociedade	G4-SO9
Energia	G4-EN3		G4-LA10		G4-SO10
	G4-EN4		G4-LA11	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Impactos na Sociedade	G4-SO11
	G4-EN5	Diversidade e Igualdade de Oportunidades	G4-LA12	Responsabilidade pelo produto	
	G4-EN6	Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens	G4-LA13	Rotulagem de Produtos e Serviços	G4-PR4
Água	G4-EN7	Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	G4-LA14		G4-PR5
	G4-EN8		G4-LA15	Comunicações de Marketing	G4-PR7
Biodiversidade	G4-EN11	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	G4-LA16	Privacidade do Cliente	G4-PR8
	G4-EN12	Direitos Humanos		Conformidade	G4-PR9
	G4-EN13	Investimentos	G4-HR2	Suplemento Setorial de Serviços Financeiros	
	G4-EN14	Não discriminação	G4-HR3	Impacto de produtos e serviços	G4-FS1
Emissões	G4-EN15	Liberdade de Associação e Negociação Coletiva	G4-HR4		G4-FS2
	G4-EN16	Trabalho Infantil	G4-HR5		G4-FS3
	G4-EN17	Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo	G4-HR6		G4-FS4
	G4-EN18	Práticas de Segurança	G4-HR7	G4-FS5	
	G4-EN19	Avaliação	G4-HR9	G4-FS6	
Efluentes e Resíduos	G4-EN23	Avaliação de Fornecedores em Direitos Humanos	G4-HR10	Carteira de produto	G4-FS7
	G4-EN24		G4-HR11		G4-FS8
	G4-EN26	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Direitos Humanos	G4-HR12	Auditoria	G4-FS9
Produtos e Serviços	G4-EN27			Gestão activa da propriedade	G4-FS10
Conformidade	G4-EN29				G4-FS11
Transportes	G4-EN30			Comunidades Locais	G4-FS13
Geral	G4-EN31				G4-FS14
Avaliação Ambiente de Fornecedores	G4-EN32			Saúde e Segurança do Cliente	G4-FS15
	G4-EN33			Comunicações de Marketing	G4-FS16
Mecanismos de Queixas e reclamações Relativas a Impactos Ambientais	G4-EN34				

INDICADORES DE ESPANHA					
ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES
Indicadores de gestão económica		Indicadores de gestão social		Indicadores de gestão social (cont.)	
Desempenho Económico	G4-EC1	Práticas Trabalhistas e Trabalho decente		Sociedade	
	G4-EC2	Emprego	G4-LA1	Comunidades Locais	G4-SO1
	G4-EC3		G4-LA2		G4-SO2
	G4-EC4		G4-LA3	G4-SO3	
Presença no Mercado	G4-EC5	Relações Trabalhistas	G4-LA4	Combate à Corrupção	G4-SO4
	G4-EC6	Saúde e Segurança no Trabalho	G4-LA5		G4-SO5
Práticas de Compra	G4-EC9		G4-LA6	Políticas Públicas	G4-SO6
	Indicadores de gestão ambiental		G4-LA7	Concorrência Desleal	G4-SO7
Materiais	G4-EN1		G4-LA8	Conformidade	G4-SO8
	G4-EN2	Treinamento e Educação	G4-LA9	Avaliação de Fornecedores em Impactos na Sociedade	G4-SO9
Energia	G4-EN3		G4-LA10		G4-SO10
	G4-EN4		G4-LA11	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Impactos na Sociedade	G4-SO11
	G4-EN5	Diversidade e Igualdade de Oportunidades	G4-LA12	Responsabilidade pelo produto	
Água	G4-EN6	Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens	G4-LA13	Rotulagem de Produtos e Serviços	G4-PR4
	G4-EN7	Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	G4-LA14		G4-PR5
	G4-EN8	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	G4-LA15	Comunicações de Marketing	G4-PR7
Biodiversidade	G4-EN11	Direitos Humanos	G4-LA16	Privacidade do Cliente	G4-PR8
	G4-EN12	Investimentos	G4-HR2	Conformidade	G4-PR9
	G4-EN13			Suplemento Setorial de Serviços Financeiros	
	G4-EN14	Não discriminação	G4-HR3	Impacto de produtos e serviços	G4-FS1
Emissões	G4-EN15	Liberdade de Associação e Negociação Coletiva	G4-HR4		G4-FS2
	G4-EN16	Trabalho Infantil	G4-HR5		G4-FS3
	G4-EN17	Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo	G4-HR6		G4-FS4
	G4-EN18	Práticas de Segurança	G4-HR7		G4-FS5
	G4-EN19	Avaliação	G4-HR9	G4-FS6	
Efluentes e Resíduos	G4-EN23	Avaliação de Fornecedores em Direitos Humanos	G4-HR10	Carteira de produto	G4-FS7
	G4-EN24	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Direitos Humanos	G4-HR11		G4-FS8
	G4-EN26		G4-HR12	Auditoria	G4-FS9
Produtos e Serviços	G4-EN27			Gestão activa da propriedade	G4-FS10
Conformidade	G4-EN29				G4-FS11
Transportes	G4-EN30			Comunidades Locais	G4-FS13
Geral	G4-EN31				G4-FS14
Avaliação Ambiente de Fornecedores	G4-EN32			Saúde e Segurança do Cliente	G4-FS15
	G4-EN33			Comunicações de Marketing	G4-FS16
Mecanismos de Queixas e reclamações Relativas a Impactos Ambientais	G4-EN34				

INDICADORES DE ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA						
ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES	
Indicadores de gestão económica		Indicadores de gestão social		Indicadores de gestão social (cont.)		
Desempenho Económico	G4-EC1	Práticas Trabalhistas e Trabalho decente		Sociedade		
	G4-EC2	Emprego	G4-LA1	Comunidades Locais	G4-SO1	
	G4-EC3		G4-LA2		G4-SO2	
	G4-EC4		G4-LA3	Combate à Corrupção	G4-SO3	
Presença no Mercado	G4-EC5	Relações Trabalhistas	G4-LA4		G4-SO4	
	G4-EC6	Saúde e Segurança no Trabalho	G4-LA5	G4-SO5		
Práticas de Compra	G4-EC9		G4-LA6	Políticas Públicas	G4-SO6	
	Indicadores de gestão ambiental		G4-LA7	Concorrência Desleal	G4-SO7	
Materiais	G4-EN1		G4-LA8	Conformidade	G4-SO8	
	G4-EN2	Treinamento e Educação	G4-LA9	Avaliação de Fornecedores em Impactos na Sociedade	G4-SO9	
Energia	G4-EN3		G4-LA10		G4-SO10	
	G4-EN4		G4-LA11	Mecanismos de Queixas e Reclamações	G4-SO11	
	G4-EN5	Diversidade e Igualdade de Oportunidades	G4-LA12	Responsabilidade pelo produto		
G4-EN6	Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens	G4-LA13	Rotulagem de Produtos e Serviços	G4-PR4		
G4-EN7	Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	G4-LA14	Comunicações de Marketing	G4-PR5		
Água	G4-EN8	G4-LA15		Privacidade do Cliente	G4-PR7	
	Biodiversidade	G4-EN11	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	G4-LA16	Conformidade	G4-PR8
G4-EN12		Direitos Humanos		Suplemento Setorial de Serviços Financeiros		
G4-EN13		Investimentos	G4-HR2		G4-FS1	
G4-EN14		Não discriminação	G4-HR3	G4-FS2		
Emissões	G4-EN15	Liberdade de Associação e Negociação Coletiva	G4-HR4	Impacto de produtos e serviços	G4-FS3	
	G4-EN16	Trabalho Infantil	G4-HR5		G4-FS4	
	G4-EN17	Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo	G4-HR6		G4-FS5	
	G4-EN18	Práticas de Segurança	G4-HR7	Carteira de produto	G4-FS6	
	G4-EN19	Avaliação	G4-HR9		G4-FS7	
Efluentes e Resíduos	G4-EN23	Avaliação de Fornecedores em Direitos Humanos	G4-HR10	G4-FS8		
	G4-EN24	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	G4-HR11	Auditoria	G4-FS9	
	G4-EN26		G4-HR12	Gestão activa da propriedade	G4-FS10	
Produtos e Serviços	G4-EN27				G4-FS11	
Conformidade	G4-EN29				Comunidades Locais	
Transportes	G4-EN30					G4-FS13
Geral	G4-EN31				G4-FS14	
Avaliação Ambiente de Fornecedores	G4-EN32				Saúde e Segurança do Cliente	G4-FS15
	G4-EN33				Comunicações de Marketing	G4-FS16
Mecanismos de Queixas e reclamações Relativas a Impactos	G4-EN34					

INDICADORES DE MEXICO								
ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES			
Indicadores de gestão económica		Indicadores de gestão social		Indicadores de gestão social (cont.)				
Desempenho Económico	G4-EC1	Práticas Trabalhistas e Trabalho decente		Sociedade				
	G4-EC2	Emprego	G4-LA1	Comunidades Locais	G4-SO1			
	G4-EC3		G4-LA2		G4-SO2			
	G4-EC4		G4-LA3	G4-SO3				
Presença no Mercado	G4-EC5	Relações Trabalhistas	G4-LA4	Combate à Corrupção	G4-SO4			
	G4-EC6	Saúde e Segurança no Trabalho	G4-LA5		G4-SO5			
Práticas de Compra	G4-EC9		G4-LA6	Políticas Públicas	G4-SO6			
			G4-LA7	Concorrência Desleal	G4-SO7			
Indicadores de gestão ambiental			G4-LA8	Conformidade	G4-SO8			
Materiais	G4-EN1	Treinamento e Educação	G4-LA9	Avaliação de Fornecedores em Impactos na Sociedade	G4-SO9			
	G4-EN2		G4-LA10		G4-SO10			
Energia	G4-EN3	Diversidade e Igualdade de Oportunidades	G4-LA11	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Impactos na Sociedade	G4-SO11			
	G4-EN4					Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens	Responsabilidade pelo produto	
	G4-EN5						G4-LA12	Rotulagem de Produtos e Serviços
	G4-EN6	G4-LA13	Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	G4-PR5				
	G4-EN7	G4-LA14		Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	Comunicações de Marketing	G4-PR7		
Água	G4-EN8	Direitos Humanos	G4-LA15		Privacidade do Cliente	G4-PR8		
				Biodiversidade	G4-EN11	Investimentos	G4-HR2	Suplemento Setorial de Serviços Financeiros
G4-EN12	Não discriminação	G4-HR3	Impacto de produtos e serviços		G4-FS1			
G4-EN13					Liberdade de Associação e Negociação Coletiva	G4-HR4	G4-FS2	
G4-EN14	Trabalho Infantil	G4-HR5					G4-FS3	
Emissões				G4-EN15	Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo	G4-HR6	G4-FS4	
	G4-EN16	Práticas de Segurança		G4-HR7			G4-FS5	
	G4-EN17		Avaliação		G4-HR9	Carteira de produto	G4-FS6	
	G4-EN18	Avaliação de Fornecedores em Direitos Humanos		G4-HR10			G4-FS7	
	G4-EN19		Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Direitos Humanos		G4-HR11	G4-FS8		
Efluentes e Resíduos	G4-EN23	G4-HR12		G4-HR12		Auditoria	G4-FS9	
	G4-EN24		Produtos e Serviços		G4-EN27	Gestão activa da propriedade	G4-FS10	
	G4-EN26	Conformidade		G4-EN29		Comunidades Locais	G4-FS11	
Produtos e Serviços	G4-EN27		Transportes		G4-EN30		Saúde e Segurança do Cliente	G4-FS13
		Conformidade		G4-EN29		Geral		G4-EN31
Avaliação Ambiente de Fornecedores	G4-EN32		Mecanismos de Queixas e reclamações Relativas a Impactos Ambientais		G4-EN33		G4-EN34	
		Mecanismos de Queixas e reclamações Relativas a Impactos Ambientais		G4-EN34		G4-EN33		G4-EN34

INDICADORES DE PERU							
ASPECTOS		INDICADORES		ASPECTOS		INDICADORES	
Indicadores de gestão económica		Indicadores de gestão social		Indicadores de gestão social (cont.)			
Desempenho Económico	G4-EC1	Práticas Trabalhistas e Trabalho decente		Sociedade			
	G4-EC2	Emprego	G4-LA1	Comunidades Locais		G4-SO1	
	G4-EC3		G4-LA2			G4-SO2	
	G4-EC4		G4-LA3			G4-SO3	
Presença no Mercado	G4-EC5	Relações Trabalhistas	G4-LA4	Combate à Corrupção		G4-SO4	
	G4-EC6	Saúde e Segurança no Trabalho	G4-LA5			G4-SO5	
Práticas de Compra	G4-EC9		G4-LA6	Políticas Públicas		G4-SO6	
	Indicadores de gestão ambiental		G4-LA7	Concorrência Desleal		G4-SO7	
Materiais	G4-EN1		Treinamento e Educação	G4-LA8	Conformidade		G4-SO8
	G4-EN2	G4-LA9		Avaliação de Fornecedores em Impactos na Sociedade		G4-SO9	
Energia	G4-EN3	G4-LA10		G4-LA11	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Impactos na Sociedade		G4-SO10
	G4-EN4	Diversidade e Igualdade de Oportunidades	G4-LA12	Responsabilidade pelo produto			
	G4-EN5		Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens	G4-LA13	Rotulagem de Produtos e Serviços		G4-PR4
	G4-EN6	Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	G4-LA14	Comunicações de Marketing		G4-PR7	
G4-EN7	G4-LA15		Privacidade do Cliente		G4-PR8		
Água	G4-EN8	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	G4-LA16	Conformidade		G4-PR9	
	Biodiversidade	G4-EN11	Direitos Humanos		Suplemento Setorial de Serviços Financeiros		
G4-EN12		Investimentos	G4-HR2			G4-FS1	
G4-EN13		Não discriminação	G4-HR3	Impacto de produtos e serviços		G4-FS2	
G4-EN14		Liberdade de Associação e Negociação Coletiva	G4-HR4			G4-FS3	
Emissões	G4-EN15	Trabalho Infantil	G4-HR5			G4-FS4	
	G4-EN16	Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo	G4-HR6			G4-FS5	
	G4-EN17	Práticas de Segurança	G4-HR7			G4-FS6	
	G4-EN18	Avaliação	G4-HR9	Carteira de produto		G4-FS7	
Efluentes e Resíduos	G4-EN23	Avaliação de Fornecedores em Direitos Humanos	G4-HR10			G4-FS8	
	G4-EN24	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Direitos Humanos	G4-HR11	Auditoria		G4-FS9	
	G4-EN26		G4-HR12	Gestão activa da propriedade		G4-FS10	
Produtos e Serviços	G4-EN27					G4-FS11	
Conformidade	G4-EN29					G4-FS13	
Transportes	G4-EN30					G4-FS14	
Geral	G4-EN31					G4-FS15	
Avaliação Ambiente de Fornecedores	G4-EN32					G4-FS16	
	G4-EN33						
Mecanismos de Queixas e reclamações Relativas a Impactos Ambientais	G4-EN34						

INDICADORES DE PORTO RICO					
ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES
Indicadores de gestão económica		Indicadores de gestão social		Indicadores de gestão social (cont.)	
Desempenho Económico	G4-EC1	Práticas Trabalhistas e Trabalho decente		Sociedade	
	G4-EC2	Emprego	G4-LA1	Comunidades Locais	G4-SO1
	G4-EC3		G4-LA2		G4-SO2
	G4-EC4		G4-LA3	G4-SO3	
Presença no Mercado	G4-EC5	Relações Trabalhistas	G4-LA4	Combate à Corrupção	G4-SO4
	G4-EC6	Saúde e Segurança no Trabalho	G4-LA5		G4-SO5
Práticas de Compra	G4-EC9		G4-LA6	Políticas Públicas	G4-SO6
	Indicadores de gestão ambiental		G4-LA7	Concorrência Desleal	G4-SO7
Materiais	G4-EN1		G4-LA8	Conformidade	G4-SO8
	G4-EN2	Treinamento e Educação	G4-LA9	Avaliação de Fornecedores em Impactos na Sociedade	G4-SO9
Energia	G4-EN3		G4-LA10		G4-SO10
	G4-EN4		G4-LA11	Mecanismos de Queixas e Reclamações	G4-SO11
	G4-EN5	Diversidade e Igualdade de Oportunidades	G4-LA12	Responsabilidade pelo produto	
	G4-EN6	Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens	G4-LA13	Rotulagem de Produtos e Serviços	G4-PR4
Água	G4-EN7	Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	G4-LA14		G4-PR5
		G4-EN8	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	G4-LA15	Comunicações de Marketing
Biodiversidade	G4-EN11	Direitos Humanos	G4-LA16	Privacidade do Cliente	G4-PR8
	G4-EN12		Investimentos	G4-HR2	Conformidade
	G4-EN13	Não discriminação	G4-HR3	Suplemento Setorial de Serviços Financeiros	
	G4-EN14	Liberdade de Associação e Negociação Coletiva	G4-HR4	Impacto de produtos e serviços	G4-FS1
Emissões	G4-EN15	Trabalho Infantil	G4-HR5		G4-FS2
	G4-EN16	Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo	G4-HR6		G4-FS3
	G4-EN17	Práticas de Segurança	G4-HR7		G4-FS4
	G4-EN18	Avaliação	G4-HR9	G4-FS5	
	G4-EN19	Avaliação de Fornecedores em Direitos Humanos	G4-HR10	Carteira de produto	G4-FS6
Efluentes e Resíduos	G4-EN23	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	G4-HR11		G4-FS7
	G4-EN24		G4-HR12	G4-FS8	
	G4-EN26			Auditoria	G4-FS9
Produtos e Serviços	G4-EN27			Gestão activa da propriedade	G4-FS10
Conformidade	G4-EN29				G4-FS11
Transportes	G4-EN30			Comunidades Locais	G4-FS13
Geral	G4-EN31				G4-FS14
	Avaliação Ambiente de Fornecedores	G4-EN32			Saúde e Segurança do Cliente
G4-EN33				Comunicações de Marketing	G4-FS16
Mecanismos de Queixas e reclamações Relativas a Impactos	G4-EN34				

INDICADORES DE TURQUIA					
ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES
Indicadores de gestão económica		Indicadores de gestão social		Indicadores de gestão social (cont.)	
Desempenho Económico	G4-EC1	Práticas Trabalhistas e Trabalho decente		Sociedade	
	G4-EC2	Emprego	G4-LA1	Comunidades Locais	G4-SO1
	G4-EC3		G4-LA2		G4-SO2
	G4-EC4		G4-LA3		G4-SO3
Presença no Mercado	G4-EC5	Relações Trabalhistas	G4-LA4	Combate à Corrupção	G4-SO4
Práticas de Compra	G4-EC6	Saúde e Segurança no Trabalho	G4-LA5		G4-SO5
	G4-EC9		G4-LA6	Políticas Públicas	G4-SO6
Indicadores de gestão ambiental			G4-LA7	Concorrência Desleal	G4-SO7
Materiais	G4-EN1		G4-LA8	Conformidade	G4-SO8
	G4-EN2	Treinamento e Educação	G4-LA9	Avaliação de Fornecedores em Impactos na Sociedade	G4-SO9
Energia	G4-EN3		G4-LA10	Mecanismos de Queixas e Reclamações	G4-SO10
	G4-EN4		G4-LA11		G4-SO11
	G4-EN5	Diversidade e Igualdade de Oportunidades	G4-LA12	Responsabilidade pelo produto	
	G4-EN6	Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens	G4-LA13	Rotulagem de Produtos e Serviços	G4-PR4
Água	G4-EN7	Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	G4-LA14		G4-PR5
			G4-LA15	Comunicações de Marketing	G4-PR7
Biodiversidade	G4-EN8	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	G4-LA16	Privacidade do Cliente	G4-PR8
	G4-EN11	Direitos Humanos		Conformidade	G4-PR9
	G4-EN12	Investimentos	G4-HR2	Suplemento Setorial de Serviços Financeiros	
	G4-EN13	Não discriminação	G4-HR3	Impacto de produtos e serviços	G4-FS1
G4-EN14	Liberdade de Associação e Negociação Coletiva	G4-HR4	G4-FS2		
Emissões	G4-EN15	Trabalho Infantil	G4-HR5		G4-FS3
	G4-EN16	Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo	G4-HR6		G4-FS4
	G4-EN17	Práticas de Segurança	G4-HR7	G4-FS5	
	G4-EN18	Avaliação	G4-HR9	G4-FS6	
Efluentes e Resíduos	G4-EN19	Avaliação de Fornecedores em Direitos Humanos	G4-HR10	Carteira de produto	G4-FS7
	G4-EN23		G4-HR11		G4-FS8
	G4-EN24	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	G4-HR12	Auditoria	G4-FS9
Produtos e Serviços	G4-EN26				G4-FS10
Conformidade	G4-EN27				G4-FS11
Transportes	G4-EN29				G4-FS13
Geral	G4-EN30				G4-FS14
	G4-EN31				G4-FS15
Avaliação Ambiente de Fornecedores	G4-EN32				G4-FS16
	G4-EN33				
Mecanismos de Queixas e reclamações Relativas a Impactos	G4-EN34				





RESPONSABILIDADE  
SOCIAL  
RELATÓRIO ANUAL  
2015