

RELATÓRIO ANUAL

Responsabilidade Social Corporativa

2016

*Melhorando
o nosso
entorno*

 **MAPFRE**





Índice

01. Carta do Presidente	4
02. Informação geral	8
2.1. Presença internacional	9
2.2. Organograma corporativo 2016	14
2.3. Principais indicadores econômicos	15
2.4. Órgãos de administração	20
03. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC)	24
3.1. O modelo de criação de valor sustentável e a relação com os grupos de interesse (stakeholders)	25
3.2. Compromisso com o desenvolvimento sustentável	35
3.2.1. Plano de Sustentabilidade	35
3.2.2. Compromissos com iniciativas internacionais	37
3.2.3. Fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG)	38
3.2.4. Medidas de prevenção e cumprimento	45
3.2.5. Estudo de materialidade 2016	53
04. Dimensão social da MAPFRE	64
4.1. A MAPFRE e seus funcionários	65
4.2. A MAPFRE e seus clientes	90
4.3. A MAPFRE e seus acionistas	110
4.4. A MAPFRE e seus distribuidores	116
4.5. A MAPFRE e seus fornecedores	120
4.6. A MAPFRE e a sociedade	124
05. A dimensão meio ambiental da MAPFRE	134
5.1. O compromisso da MAPFRE com o meio ambiente e a sustentabilidade	135
5.2. O sistema integrado de gestão ambiental, energética e de pegada de carbono: SIGMAYE	136
5.3. Objetivos alcançados em 2016 e os desafios para os próximos anos	139
5.4. Mudança climática	142
5.5. Ecoeficiência: otimização de recursos	148
5.6. Preservação da biodiversidade	154
5.7. Cultura ambiental	155
5.8. Materialidade ambiental	158
06. Informação complementar	160
6.1. Princípios seguidos para a elaboração do relatório de Responsabilidade Social Corporativa	161
6.2. Índice de conteúdos GRI G4	163
6.3. Relatório de verificação externa	182
6.4. Tabela de relação de princípios do Pacto Mundial com indicadores GRI G4	194
6.5. Tabela de Princípios para a Sustentabilidade em Seguros (PSI)	196

01

Carta do Presidente

[G4-1, G4-33; FS9]



Caro leitor,

Faz mais de quinze anos que a MAPFRE assumiu publicamente o compromisso de ser uma empresa socialmente responsável e comprometida com o seu meio e com as sociedades em que estava presente. Fomos desenvolvendo diferentes ações para cumprir os nossos objetivos, primeiro elaborar um plano focado em oferecer à sociedade um retorno, para que com os anos, pudesse ir avançando para um modelo ainda mais colaborativo, que pensa na criação de valores partilhados com os nossos Grupos de interesse e com uma filosofia transversal de um negócio sustentável.

A estratégia de Crescimento Rentável 2016-2018 que rege a companhia atualmente, e cujo acerto pode se ver claramente nos resultados da MAPFRE 2016, está condicionada ao nosso compromisso social. Acreditamos que não se pode ter uma rentabilidade se não cuidamos ao mesmo tempo da marca social que deixamos com a nossa atividade, e entendemos que se desejamos ser relevantes a longo prazo, temos que desenvolver o negócio cuidando e impulsionando o bem-estar das pessoas.

O Relatório que aqui os apresento, foi elaborado seguindo o padrão Internacional de Global Reporting Initiative (GRI G4) é um claro exemplo do que acabo de mostrar, já que reflexa como a MAPFRE cria o valor econômico e social colocando em foco as pessoas que são, ou constituem, nossos principais grupos de interesse (clientes, funcionários, acionistas, distribuidores, fornecedores e a sociedade). Todos formam parte do nosso desenvolvimento sustentável.

Os convido para adentrar na leitura desta publicação que recolhe as atuações realizadas pela MAPFRE no exercício de 2016 com relação ao nosso compromisso de RSC, ainda que me permita avançar no que é mais relevante:

— No capítulo econômico, que inclui as principais magnitudes do exercício, confirma que a MAPFRE é um grupo sólido e com uma excelente gestão técnica e operativa, o que nos permitiu melhorar nos principais índices do Grupo. As receitas subiram por cima dos 27.092 milhões de euros, dos quais

22.813 milhões correspondem a receitas por prémios. O resultado antes dos impostos subiu para 1.805 milhões de euros, totalizando 18% mais do que no ano passado, e o lucro líquido superou os 775 milhões de euros.

— Criamos valor nos nossos acionistas, no ano de 2016 aumentou o património da sociedade (fundos próprios) com relação ao ano passado e os acionistas da MAPFRE S.A. receberam dividendos por um total de 400,3 milhões de euros.

— Continuamos avançando no cumprimento dos mais elevados padrões de Boa Governança. Reduzimos para 15 membros do Conselho de Administração, melhoramos na renovação de gerações e avançamos na igualdade de gênero. Hoje 27% dos membros do Conselho são mulheres, que também participam nas suas comissões específicas em que possuem um papel de grande destaque.

— Criamos valor nos nossos funcionários. Somos mais de 37.000 trabalhadores de 78 nacionalidades diferentes, trabalhando dia a dia para alcançar os objetivos da companhia. Promovemos a variedade, tanto de gênero como funcional, a igualdade de oportunidades e a objetividade nas promoções e nas nomeações. Estamos comprometidos com a integração das pessoas com deficiência, impulsionamos a formação e apostamos pelo talento. Investimos 18,3 milhões de euros para garantir que o 99,3% do quadro de funcionários tenha recebido formação no ano de 2016.

— Cuidamos também da saúde e do bem-estar dos funcionários da MAPFRE. No ano de 2016, mais de 30.000 trabalhadores receberam algum tipo de medida de conciliação da empresa. Cada ano investimos 183 milhões de euros em benefícios sociais; e se cultiva a participação social através do Programa Corporativo de Voluntariado da MAPFRE, que já conta com 5.756 voluntários a nível global.

— Criamos valor nos nossos mais de 37 milhões de clientes, que contam com uma rede de distribuição com 5.408 escritórios (diretos, delegadas e de representação) e mais de 84.000

agentes e mediadores. Também, avançamos no desenvolvimento do negócio digital e já operamos em 22 países, através da MAPFRE e também da Verti ou Insure&Go, entre outras marcas.

— Sempre fomos uma empresa inovadora, entendemos bem os desafios e a oportunidade que nos oferece as mudanças tecnológicas e sociais que estão transformando a sociedade. Contamos com 200 embaixadores da inovação, canalizando nos cinco continentes todas as ideias do restante da organização até os nossos Escritórios de Inovação e Desenvolvimento e, ao final deste exercício, temos mais de 100 projetos de inovação em diferentes fases e lançamos no mercado mais de 30 produtos de seguros.

— Somos uma empresa comprometida com a qualidade do serviço e dos produtos que oferecemos. Para isso criamos o Observatório de Qualidade e medimos de maneira periódica a Experiência do Cliente através da metodologia NPS.

— Criamos valor nos nossos fornecedores. A MAPFRE se relaciona com mais de 225.000 fornecedores, através de diferentes plataformas e ferramentas tecnológicas. Nossa Norma Corporativa de Compras nos permite estabelecer critérios objetivos nos nossos processos de seleção, homologação e contratação. No ano de 2016 avançamos na integração, como fator diferencial, de critérios relacionados com a sustentabilidade nos processos de homologação e também avançamos na iniciativa de Fornecedores de Serviço da MAPFRE, que trabalha para transformar nossos fornecedores de serviços em verdadeiros embaixadores da marca MAPFRE.

— Nosso compromisso com o meio ambiente e em especial com a mudança climática é indiscutível. A MAPFRE conta com um Plano Estratégico de Eficiência Energética e Mudança Climática para 2020, que inclui o compromisso de redução de 20 por 100 das emissões de gás de efeito estufa, com respeito a pegada de carbono do ano de 2013 (supõe uma redução de 14.710.519 kWh e 9.924 toneladas de CO₂ eq), e também conta com um Sistema Integrado

de Gestão Ambiental, Energética e de Pegada de Carbono (SIGMAYE).

— A Carbon Disclosure Project deu o reconhecimento ao Grupo MAPFRE como uma das companhias na liderança a nível mundial na atuação contra a mudança climática, incluindo em seu 'Climate A-list Global'. Esta seleção inclui as 113 companhias a nível mundial com o melhor desempenho na questão de redução de emissões e pela luta contra a mudança climática.

— Criamos valor à sociedade, primeiro através de nossas contribuições econômicas, como o pagamento de prestações, o pagamento a fornecedores e o pagamento de impostos e contribuições sociais nos países em que estamos presentes. Somente no ano de 2016 a MAPFRE pagou impostos por um valor de 560 milhões de euros, equivalente a uma taxa impositiva de 31%.

Também contribuimos com o emprego de qualidade, direto e indireto, com o investimento para programas de formação, administrando a diversidade, apoiando planos de igualdade, promovendo medidas de conciliação, apoiando à inovação e também canalizando o espírito solidário dos nossos funcionários.

Também criamos valor renovando a cada ano o compromisso que adquirimos participando em iniciativas tão relevantes como, entre outras, o Pacto Mundial das Nações Unidas ou os Princípios para a Sustentabilidade em Seguros de UNEPFI. Cumprir com estas iniciativas nos ajudam melhorar a cada ano.

Por último gostaria de destacar que no Conselho Geral de Acionistas de 2015, celebrada no dia 11 de março de 2016, assumimos o compromisso de dar início ao Plano de Sustentabilidade do Grupo 2016-2018. Este Plano, que já é uma realidade, conta com três objetivos e quinze linhas de trabalho que nos permitem aprofundar nos aspectos mais destacados para a sustentabilidade, entre outros, a Agenda de Desenvolvimento Sustentável 2030, a transparência, a gestão

dos fatores e riscos ambientais, sociais e de governança, conhecidos como ASG, tanto na subscrição como que nas decisões de investimentos, na administração de fornecedores, na cibersegurança, na mudança climática ou na administração da diversidade.

O Plano marca a nossa estratégia em sustentabilidade para os próximos anos e implica toda a organização. Posso adiantar que este plano começou no ano de 2016 de forma satisfatória, e está cumprindo com seus objetivos de desenvolvimento.

Desejo concluir com um reconhecimento expresso a todos os grupos envolvidos que se implicaram no nosso projeto de ser uma empresa socialmente responsável e comprometida, e a quem nos depositou a confiança e o apoio ao longo do exercício passado. Vamos continuar trabalhando para ser uma empresa que tem o foco posto no crescimento econômico, e ao mesmo tempo no desenvolvimento sustentável.

Saudações.

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned below the text.



02

Informações gerais

[G4-3, 5-8]

Compromisso
de melhorar
constantemente

2.1. Presença internacional

A MAPFRE é uma empresa global que desenvolve, principalmente, atividades de seguro e resseguro.

A matriz do Grupo é a sociedade controladora 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 propriedade da maioria das ações da MAPFRE S.A. pertence à Fundación MAPFRE, titular de 68,7%, o que garante 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.

Os negócios do Grupo dividem-se em quatro Unidades de Negócios (Seguros; Assistência, Serviços e Riscos Especiais; Riscos Globais; e Resseguro), três grandes Áreas Territoriais (IBÉRIA, LATAM e INTERNACIONAL) e sete Áreas Regionais: IBÉRIA, América Latina Norte, América Latina Sul, Brasil, América do Norte, Europa, Oriente Médio e África e Ásia-Pacífico.

A MAPFRE tem uma ampla presença multinacional e é a maior seguradora espanhola do mundo. No fechamento do exercício de 2015, 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 terceiro maior grupo de seguros.

A MAPFRE opera em um total de 45 países, por meio de 232 sociedades. No fechamento do exercício de 2016, tinha 5.408 agências próprias em todo o mundo. Além disso, distribui seus produtos por meio de 9.028 agências de instituições bancárias e outros pontos de venda que comercializam os seguros da MAPFRE graças a acordos de colaboração, e conta com uma rede de mais de 84 mil agentes e mediadores, dos quais cerca de 7.700 encontram-se nos Estados Unidos e mais de 23.000 no Brasil.

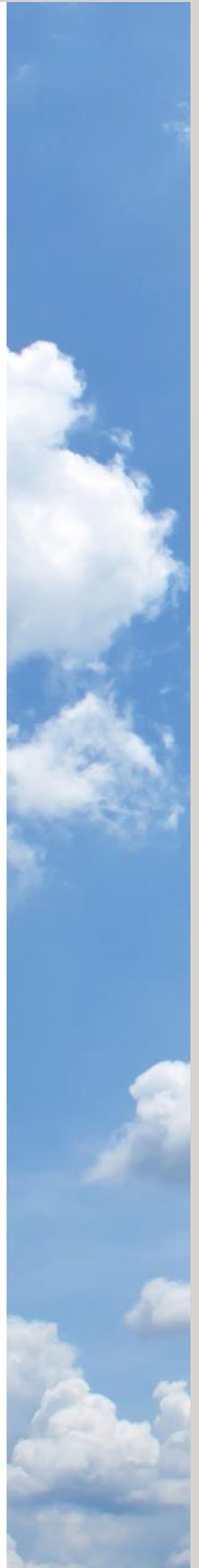
No ramo de seguros, a MAPFRE é a maior seguradora espanhola do mundo, a décima maior seguradora da Europa, com presença em praticamente todos os países da América Latina (região na qual ocupa o posto de terceiro maior grupo de seguros e é líder em seguros Não Vida), nos Estados Unidos da América, onde 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 41 países e é a quarta maior empresa do mundo no setor. Além disso, o Grupo conta com uma resseguradora profissional (MAPFRE RE), que está entre as primeiras 16 entidades no ranking mundial de resseguro e desenvolve sua atividade no mundo todo, contando, para tanto, com 19 agências e duas sociedades filiais. O Grupo conta com a empresa especializada MAPFRE GLOBAL RISKS para administrar os programas globais de seguros.

Presença internacional



Modelo Global ↑ ↑



→ SEGURO DIRETO

↔ ASISTENCIA

🌐 GLOBAL RISKS

🔄 RESSEGURO

ÁREA TERRITORIAL

IBERIA

Ibéria

9.313 funcionários

Espanha → 🌐 🔄

Portugal → ↔ 🔄

Áreas Corporativas
e Serviços Centrais

1.856 funcionários



ÁREA TERRITORIAL

LATAM

Brasil

6.956 funcionários

Brasil → ↔ 🔄

LATAM Norte

3.534 funcionários

Costa Rica → ↔

El Salvador → ↔

Guatemala → ↔

Honduras → ↔

México → ↔ 🔄

Nicaragua → ↔

Panamá → ↔

Rep. Dominicana → ↔

LATAM Sul

6.481 funcionários

Argentina → ↔ 🔄

Chile → ↔ 🔄

Colômbia → ↔ 🔄

Equador → ↔

Paraguai →

Peru → ↔

Uruguai → ↔

Venezuela → ↔ 🔄



liderança (2)

→ SEGURO DIRETO

↕ ASSISTENCIA

🌐 GLOBAL RISKS

🔄 RESSEGURO

ÁREA TERRITORIAL

INTERNACIONAL

América do Norte

3.688 funcionários

Canadá	↕	🔄
EEUU	→ ↕	🔄
Porto Rico	→ ↕	

APAC

993 funcionários

Austrália	↕
China	↕ 🔄
Filipinas	→ ↕ 🔄
Índia	↕
Indonésia	↕
Japão	↕
Malásia	🔄
Singapura	🔄
Taiwan	↕

EMEA

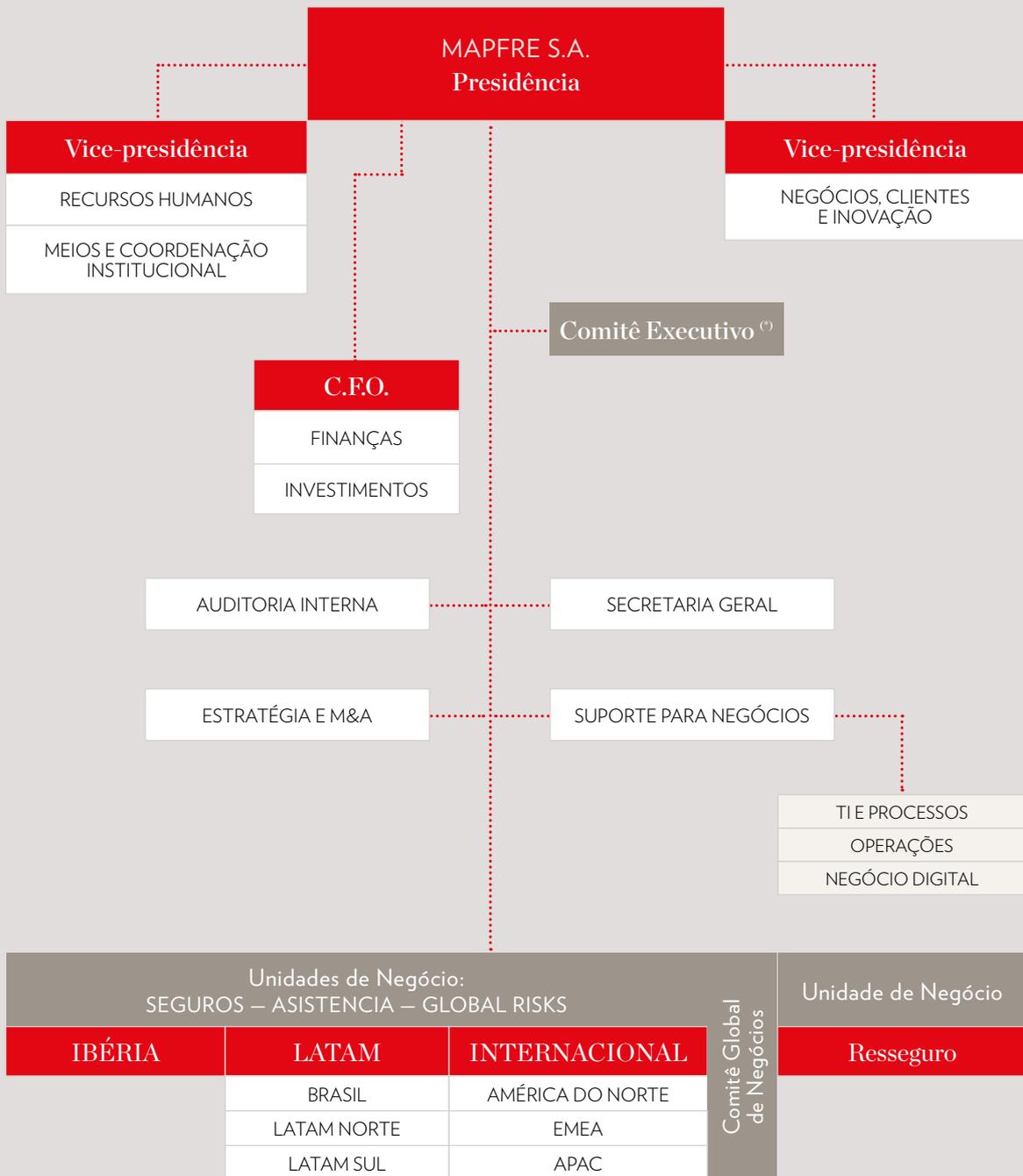
4.199 funcionários

Alemanha	→ ↕ 🌐 🔄
Argélia	↕
Bahrein	↕
Bélgica	↕ 🔄
França	↕ 🌐 🔄
Grécia	↕
Hungria	↕
Irlanda	↕
Itália	→ ↕ 🌐 🔄
Jordânia	↕
Malta	→ ↕
Reino Unido	↕ 🌐 🔄
Tunisia	↕
Turquia	→ ↕



2.2. Organograma corporativo 2016

O Conselho de Administração da MAPFRE S.A. Aprovou em 29 de setembro de 2016, com vigência a partir de 1º de janeiro de 2017, o seguinte organograma corporativo:



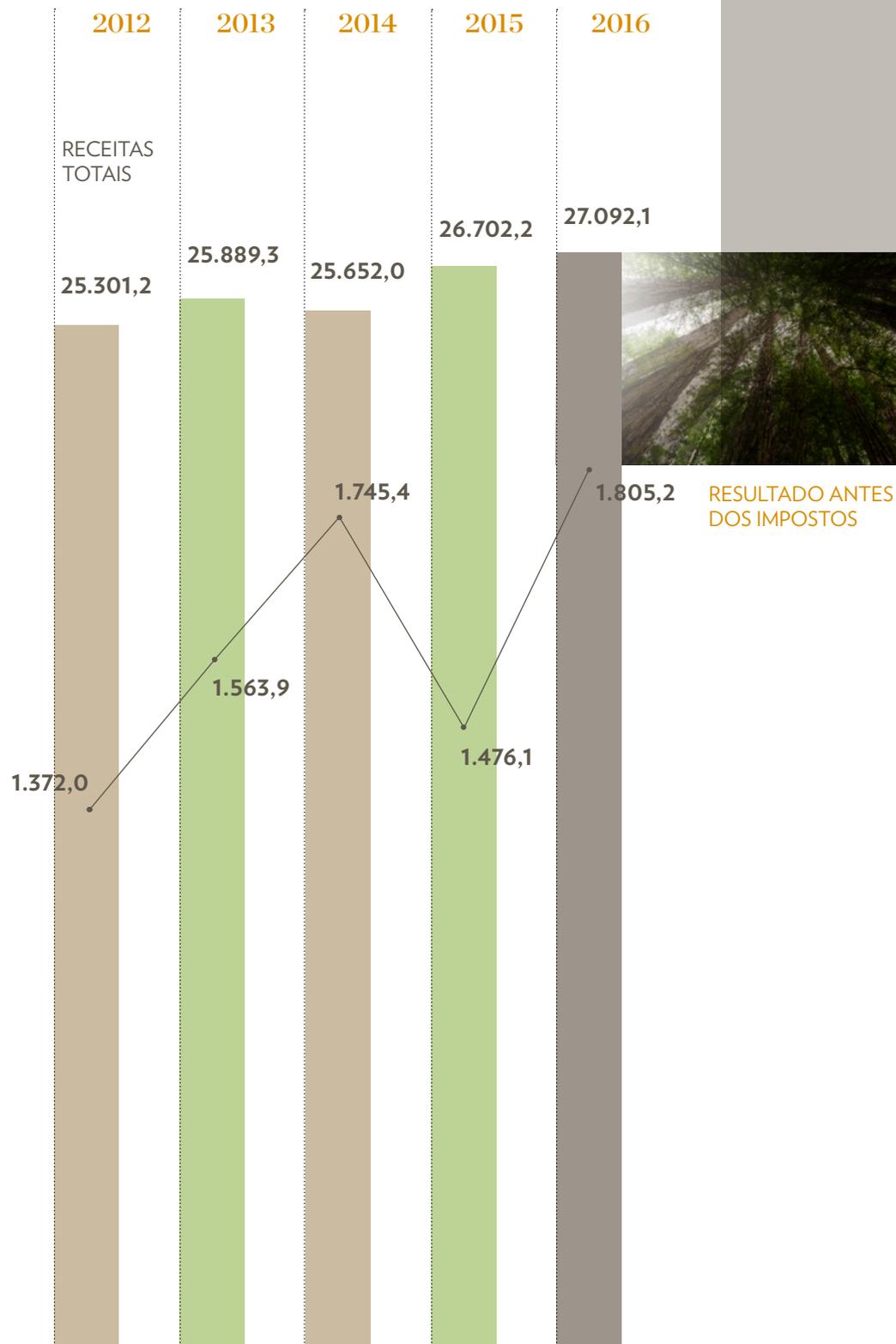
(*) Órgão designado pelo Conselho de Administração para realizar o monitoramento direto da gestão das Unidades de Negócio e a coordenação das várias Áreas e Unidades do Grupo.

2.3. Principais indicadores econômicos

[G4-9]

Receitas e resultados

Valor em milhões de euros



Rentável / Responsável  (3)



As receitas totais
da MAPFRE subiram
para

27.092

MILHÕES DE EUROS



Os prêmios emitidos
e aceitos subiram
para

22.813

MILHÕES DE EUROS

CONTAS DE RESULTADOS	2012	2013	2014	2015	2016
Receitas totais	25.301,2	25.889,3	25.652,0	26.702,2	27.092,1
Prêmios emitidos e aceitos	21.579,8	21.835,5	21.815,5	22.311,8	22.813,2
Não Vida	15.478,5	16.277,7	16.370,1	17.441,3	17.699,8
Vida	6.101,3	5.557,8	5.445,4	4.870,5	5.113,3
Resultado do negócio de Não Vida	1.237,2	1.150,4	1.243,2	911,0	1.191,8
Resultado do negócio de Vida	414,5	498,9	660,3	699,2	746,9
Resultado das outras atividades	(279,7)	(85,4)	(158,0)	(134,1)	(133,5)
Resultado antes dos impostos	1.372,0	1.563,9	1.745,4	1.476,1	1.805,2
Resultado líquido	665,7	790,5	845,1	708,8	775,5
Economia administrada	31.035,1	33.614,1	40.817,5	37.917,3	38.488,3

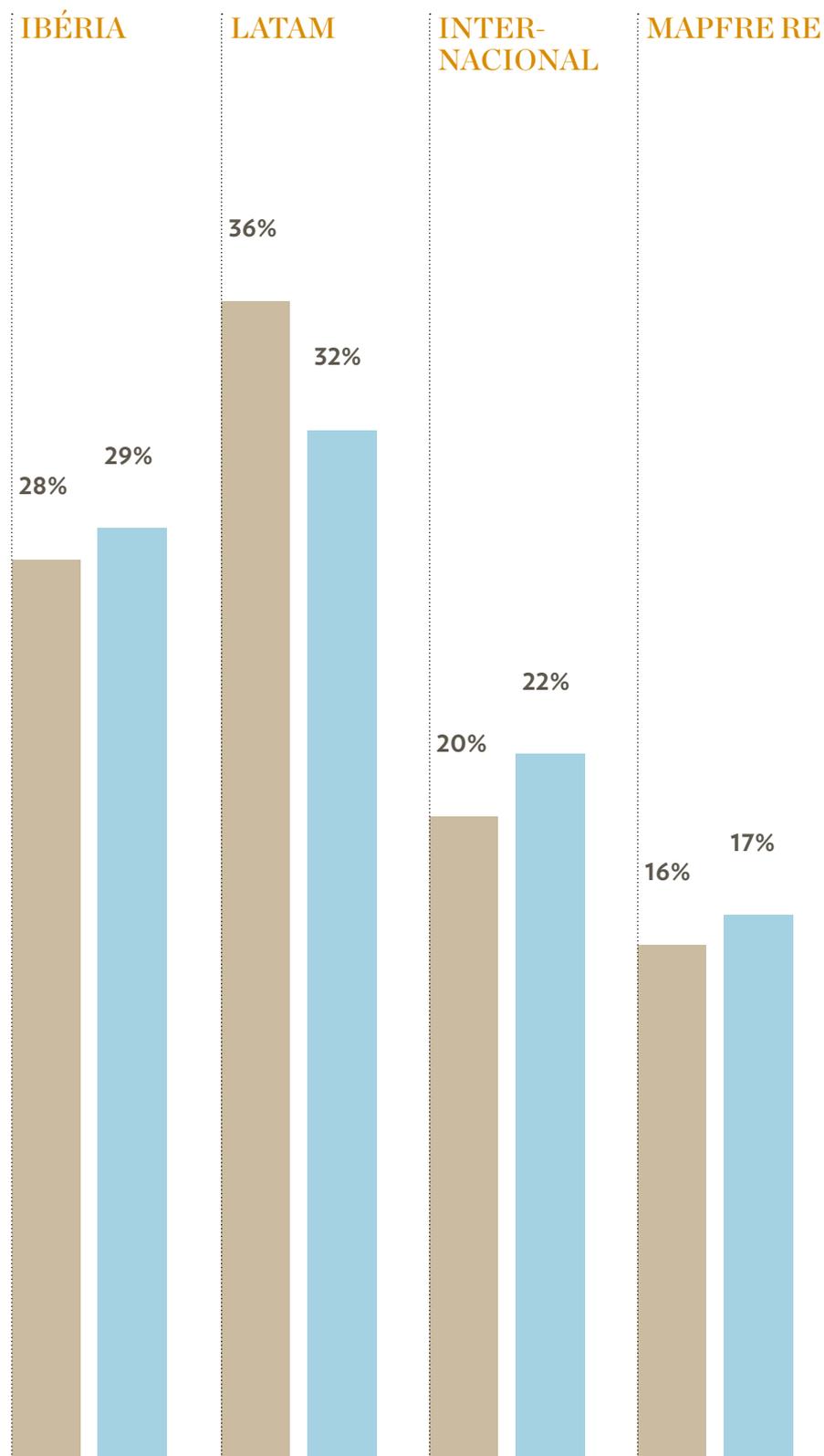
Valor em milhões de euros

PARTICIPAÇÕES DE MERCADO	2015	2016
Espanha (prêmios)		
Automóveis	20,4%	19,9%
Saúde	6,2%	6,4%
Restante Não Vida	15,7%	15,0%
Vida	6,8%	6,3%
Total	11,3%	10,5%
Espanha Vida (provisões técnicas)	10,7%	9,9%
América Latina (prêmios Não Vida)	8,2%	n.d.

Distribuição territorial dos negócios por prêmios

Valor em milhões de euros

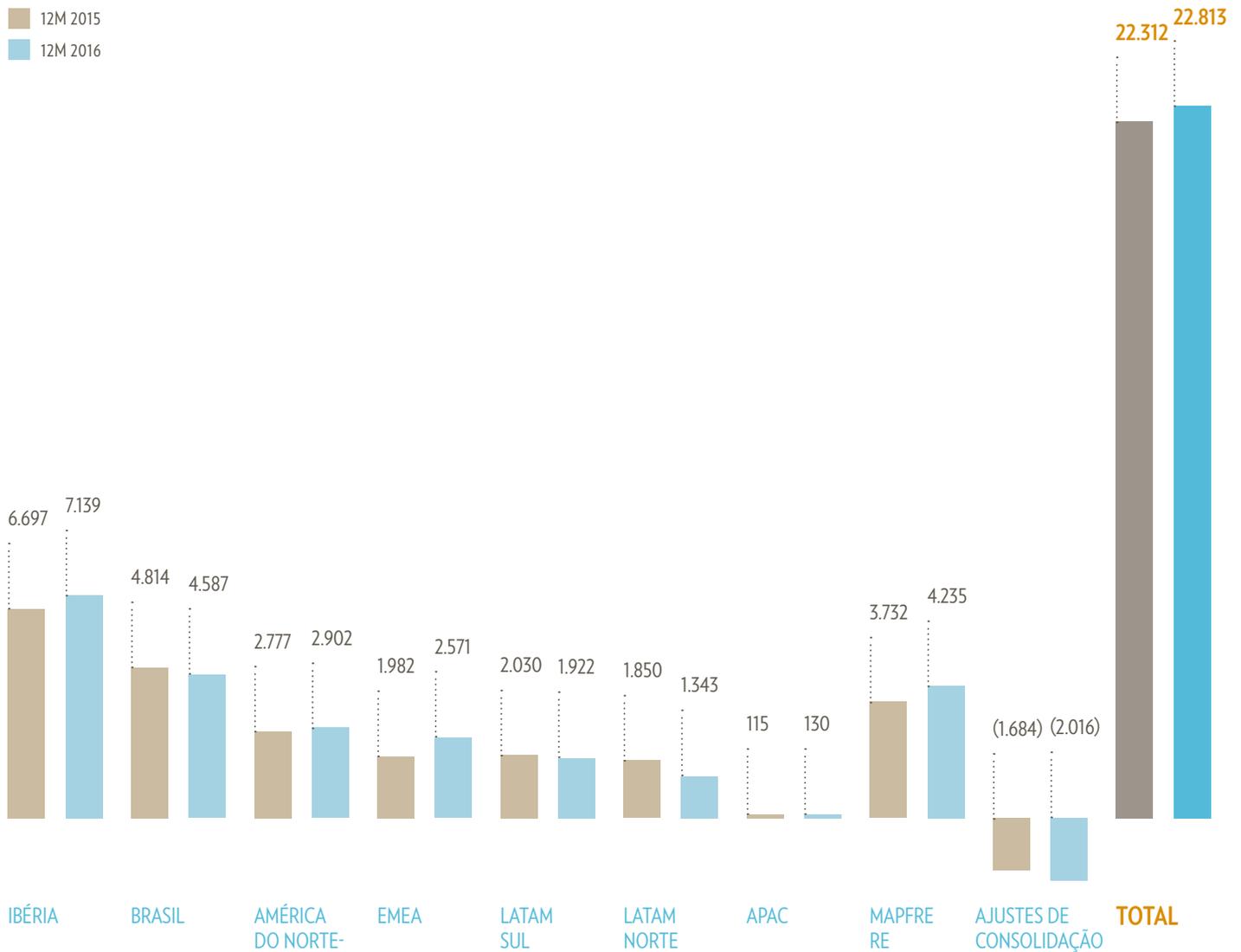
■ 2015
■ 2016



(100) ↑ ↑

Detalhamento dos prêmios por área territorial

Valor em milhões de euros





Contribuição para o resultado consolidado

Valor em milhões de euros

12M 2015
12M 2016





2.4. Órgãos de administração

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.

Esse órgão pode delegar quantas faculdades considere convenientes, salvo as indelegáveis por imperativo legal ou estatutário, como indicado no artigo 2 do Regulamento do Conselho de Administração da MAPFRE, S.A. Entre essas faculdades indelegáveis estariam, entre outras:

- Determinar as políticas e estratégias gerais da Sociedade e, em particular: a) Os Objetivos de Atuação e os Planos Estratégicos para a sua realização; 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.
- Aprovar as informações financeiras que, por sua condição de sociedade negociada em bolsa, a sociedade deva tornar públicas periodicamente.
- Aprovar a criação ou aquisição de participações em entidades de propósito especial ou domiciliadas em países ou territórios que sejam considerados paraísos fiscais, assim como quaisquer outras transações ou operações de natureza análoga.
- Autorizar, após relatório prévio do Comitê de Auditoria, as operações que a Sociedade ou as sociedades do Grupo realizem com Conselheiros ou acionistas em situação de conflito de interesses, nos termos estabelecidos na legislação em vigor.



- Formular, o Relatório Anual de Responsabilidade Social do Grupo para cada exercício social, 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 Administração Corporativa e de Remunerações dos Conselheiros).
- Autorizar, exceto se tal aprovação couber à Assembleia Geral de Acionistas, os investimentos ou operações de qualquer tipo que tenham caráter estratégico ou risco fiscal especial, devido ao montante elevado ou a características especiais.
- Promover a aprovação e, conforme o caso, a modificação do Regulamento da Assembleia Geral.
- Convocar a Assembleia Geral de Acionistas, elaborando a pauta da reunião, e submeter à mesma as propostas pertinentes em relação aos diversos assuntos de sua competência.
- Adotar as decisões relativas a sua própria organização e funcionamento.
- Supervisionar o efetivo funcionamento das comissões que houver constituído e a atuação dos órgãos delegados e dos executivos designados.
- Conceder, conforme o caso, autorização ou dispensa das obrigações derivadas do dever de lealdade dos Conselheiros conforme estabelecidos na legislação em vigor.
- Nomear e destituir os membros dos órgãos delegados e, conforme o caso, os Conselheiros delegados e executivos diretamente subordinados ao Conselho ou a algum dos seus membros, e estabelecer as condições dos seus contratos, inclusive sua remuneração.
- 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.

Composição do Conselho*:

A composição atual do Conselho é de 15 membros, quatro dos quais são conselheiros executivos, cinco conselheiros representantes de acionistas e seis conselheiros independentes.

* É tomado como referência os órgãos de governança resultante dos acordos que provavelmente serão adotados no dia 10 de março de 2017.

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.

Diversidade e experiência:

O Conselho de Administração da MAPFRE, S.A. aprovou a Política de Seleção de Conselheiros em 23 de julho de 2015. A referida política estabelece que, no processo de seleção de conselheiros, seja evitado, em todos os casos, qualquer tipo de risco implícito que possa implicar discriminações e, especialmente, que impeça a seleção de pessoas de um ou outro sexo. Além disso, a política estabelece que se tentará fazer com que em 2020 o número de conselheiras represente, no mínimo, 30% do total de membros do Conselho de Administração.

Atualmente, o número de conselheiras representa 27% do total dos membros do Conselho. A maioria participa das comissões específicas do Conselho e/ou tem um papel destacado:

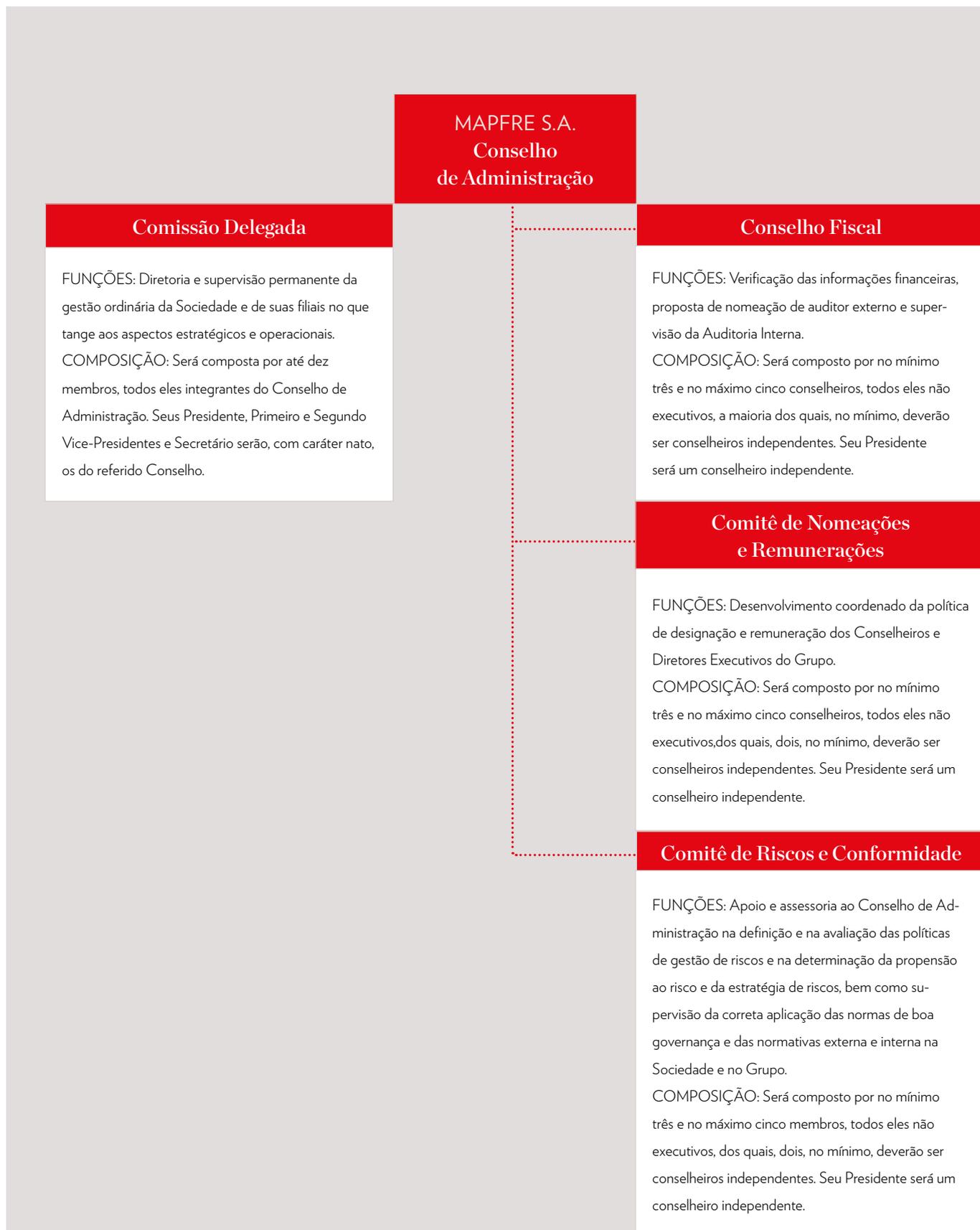
- Catalina Miñarro Brugarolas: Segunda vice-presidente do Conselho de Administração e da Comissão Delegada, presidente do Comitê de Nomeações e Remunerações, suplente do Comitê de Auditoria e conselheira independente coordenadora.
- Adriana Casademont i Ruhí: suplente do Comitê de Nomeações e Remunerações e do Comitê de Auditoria.
- Ana Isabel Fernández Álvarez: Suplente do Comitê de Riscos e Conformidade.

Por outro lado, a diversidade geográfica e cultural também está presente no Conselho, já que nele estão representadas três nacionalidades além da espanhola, da brasileira e da alemã.

Além disso, e segundo as disposições do Regulamento do Conselho de Administração da MAPFRE, S.A., na seleção serão avaliadas as competências, conhecimentos e experiência necessários no Conselho de Administração. Atualmente o referido órgão está composto por 15 membros que, no conjunto, têm conhecimentos, qualificação e experiência relacionados aos seguintes assuntos: mercado de seguros e financeiro, estratégia empresarial e modelo de empresa, sistema de administração, análise financeira e atuarial e marco regulatório.

pontos fortes ↑ ↑ ↑

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



No entanto, o Conselho de Administração propôs à Assembleia Geral alterar os estatutos sociais, a fim de atribuir ao Comitê de Auditoria os poderes do cumprimento atribuído anteriormente ao Comitê de Riscos e Compliance e renomeado de Comitê de Auditoria e Compliance e Comitê de Riscos, respectivamente.

Sobre a composição e funcionamento do Conselho, assim como dos demais órgãos de administração da MAPFRE SA, é possível ampliar as informações consultando os seguintes documentos públicos que figuram no seguinte link:

www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/

REGULAMENTO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

COMISSÃO E COMITÊS DELEGADOS

RELATÓRIO ANUAL DE ADMINISTRAÇÃO CORPORATIVA

ASSEMBLEIA GERAL (convocação e demais documentos)





03

A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

[G4-56]

MODELO DE CRIAÇÃO DE VALOR
SUSTENTÁVEL DO GRUPO MAPFRE

Boa Governança

Responsabilidade
Social e Ambiental

Contribuição
para a Sociedade

Neste capítulo são incorporadas informações sobre temas gerais de RSC nos quais a MAPFRE trabalhou em 2016.

3.1. O Modelo de criação de valor sustentável e a relação com os grupos de interesse

[G4-56]

Em 2015, o modelo de RSC da MAPFRE foi revisado e adaptado, tomando como referência a evolução e maturidade do Grupo neste âmbito, dando como resultado o modelo representado no gráfico:

– 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.

– 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 sobre o desempenho das atuações neste âmbito, utilizando para tal padrões internacionais.

– 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.



No entanto, este modelo não pode ser entendido sem o contexto interno no qual está integrado e sem o contexto externo que pode afetá-lo:

– **Contexto Interno:** o modelo está alinhado com a visão, a missão e os valores da MAPFRE, bem como com os Princípios Institucionais e Empresariais e, através da Política de RSC e do Plano de Sustentabilidade do Grupo 2016-2018, integra-se no modelo de negócio.

Desta forma, a RSC cumpre com seus principais objetivos:

- conciliar o interesse social da empresa com os legítimos interesses dos diferentes grupos de interesse que possam ver-se afetados, bem como assumir o impacto das atividades da empresa na comunidade em seu conjunto e no meio ambiente.
- estabelecer um marco de referência a partir do qual qualquer entidade do Grupo MAPFRE possa desenvolver e potencializar um comportamento socialmente responsável, independentemente da forma convencional ou digital, na qual o negócio for desenvolvido, e do país no qual operar, adaptando localmente as ações necessárias para o seu cumprimento.
- **Contexto Externo:** as condições econômicas, sociais e políticas dos países nos quais a MAPFRE está presente, as mudanças tecnológicas, as questões sociais como mudanças demográficas, etc., os desafios ambientais (mudança climática, biodiversidade, etc.) e as mudanças legislativas/normativas, são fatores que afetam o negócio, como riscos, mas também como oportunidades para adequar processos, ou desenvolver novos produtos e serviços adaptados às necessidades do cliente e da sociedade.

É neste contexto (interno e externo) no qual o modelo permite criar valor sustentável para a empresa e para os grupos de interesse com os que se relaciona ou que impacta.

Contexto Externo

- Condições econômicas, sociais e políticas
- Mudanças tecnológicas
- Questões sociais (mudanças demográficas, envelhecimento da população, etc.)
- Desafios ambientais (mudança climática, biodiversidade, etc.)

Contexto Interno

Visão

A MAPFRE quer ser a seguradora global de confiança.

Missão

Somos uma equipe multinacional que trabalha para avançar constantemente no serviço e para desenvolver a melhor relação com nossos clientes, distribuidores, fornecedores, acionistas e a sociedade

Valores

Solvência

— Fortaleza financeira com resultados sustentáveis ao longo do tempo e capacidade plena para cumprir todas as suas obrigações com seus grupos de interesse.

Integridade

— Atuação ética como o eixo que rege o comportamento de todas as pessoas (diretores, funcionários, agentes e colaboradores), com um enfoque socialmente responsável em todas as nossas atividades e compromissos a longo prazo.

Vocação de serviço

— Busca permanente da excelência no desenvolvimento de nossas atividades e iniciativa contínua orientada ao cuidado do relacionamento com o cliente.

Inovação para a liderança

— A diferenciação como aspecto-chave para crescer e melhorar constantemente, com a tecnologia ao serviço dos negócios e seus objetivos.

Equipe comprometida

— Participação plena dos funcionários, diretores, agentes e demais colaboradores com o projeto MAPFRE, e desenvolvimento e formação constante das capacidades e habilidades da equipe.

Modelo de Negócio

- Atividades
- Planejamento
- Processos
- Gestão
- Controle

Modelo de Sustentabilidade

- Boa Governança
- Responsabilidade Social e Ambiental
- Contribuição à sociedade

Sustentabilidade

CRIAÇÃO DE VALOR PARA A EMPRESA E SEUS GRUPOS DE INTERESSE

(3)

A relação com os grupos de interesse (*stakeholders*)

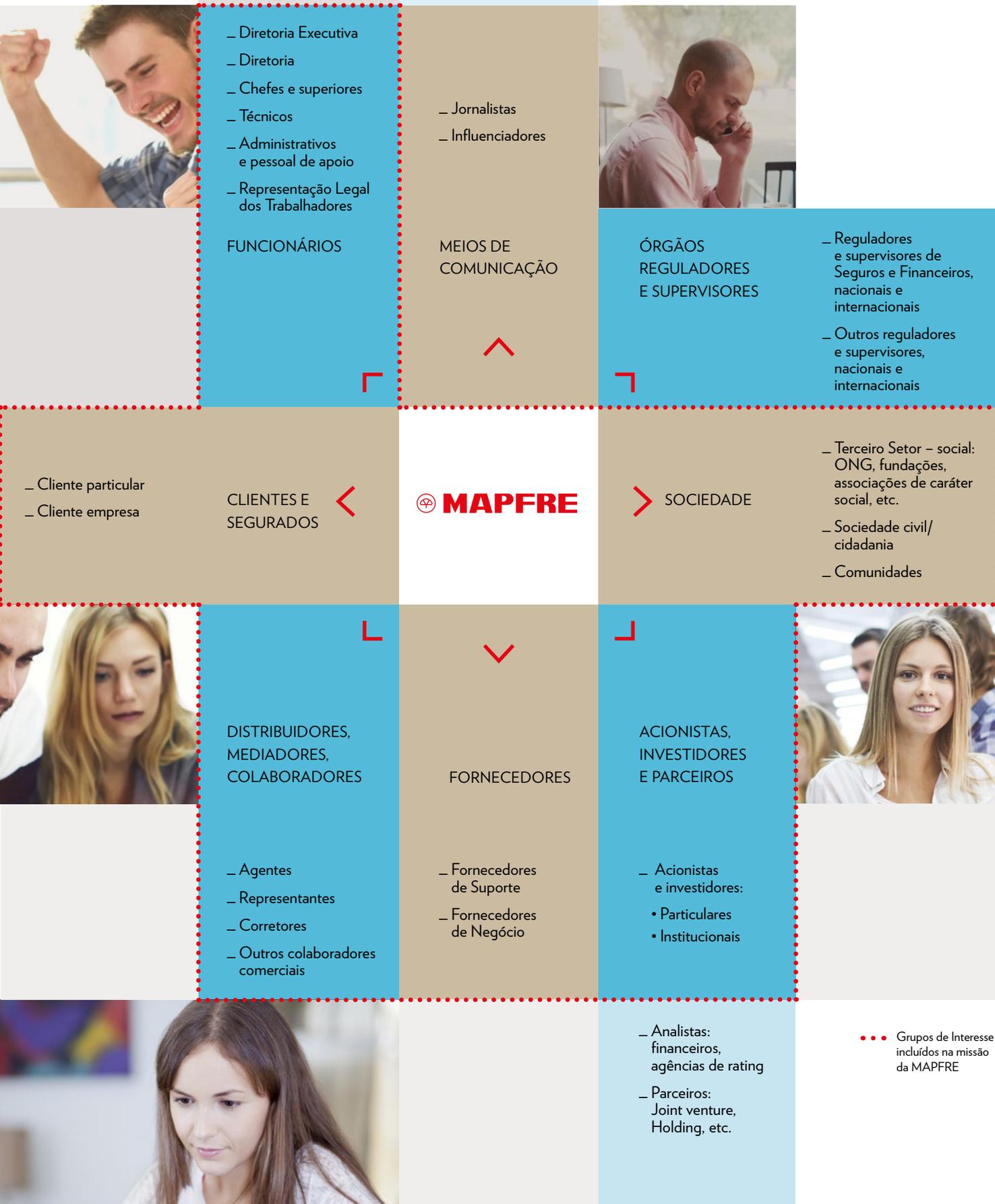
[G4-24, G4-25, G4-27, G4-58]

No desenvolvimento do modelo de criação de valor sustentável da MAPFRE participam os grupos de interesse, especialmente aqueles definidos na missão: funcionários, acionistas, fornecedores, distribuidores e sociedade.

Para conseguir seu envolvimento e o compromisso é necessário construir relacionamentos que estabeleçam confiança entre as partes. Neste processo intervêm múltiplos fatores, como, por exemplo, os canais de relação (canais de comunicação e diálogo) adequados para cada tipo de interessado (*stakeholder*), que permitem compartilhar informação veraz e também, cumprir com os compromissos assumidos pela empresa com eles.

Mapa corporativo de grupos de interesse





A seguir são detalhados alguns dos principais canais de relação que a MAPFRE tem estabelecidos com seus grupos de interesse estratégicos.

Acionistas e investidores

Unidade de Relações com Investidores: é o canal de comunicação aberto entre a empresa e seus acionistas, com caráter permanente, a fim de atender suas consultas e solicitações de informações.

- Jornadas presenciais específicas: “Investor Day”.
- Escritório de Atendimento ao Acionista: conta com um endereço de e-mail “relacionesconinversores@mapfre.com”, o número de telefone gratuito 900 10 35 33 e o formulário de consultas da página web corporativa.
- Fórum eletrônico de acionistas.
- Comissão Nacional do Mercado de valores e outros órgãos oficiais onde são depositadas as informações sobre a evolução dos negócios e as atividades da sociedade e seus fatos relevantes.
- Plano de comunicação com acionistas que pretende melhorar a qualidade da informação sobre a empresa e incrementar a comunicação com os acionistas.

MAIS INFORMAÇÕES NO CAPÍTULO MAPFRE E SEUS ACIONISTAS

Segurados e clientes

A comunicação entre a MAPFRE e seus clientes se desenvolve através dos seguintes canais:

- A rede própria de distribuição do Grupo, integrada por 5.390 escritórios (diretos e representantes), 9.028 escritórios bancários e também através de seus mais de 84.000 representantes, agentes e corretores.
- Portal MAPFRE e Agente MAPFRE Internet, onde é possível, entre outras ações, contratar produtos, consultar termos e condições de apólices, notificar sinistros, alterar dados pessoais ou bancários, pedir duplicados de documentos, consultar comunicações ou avisos de pagamento, etc.

- Os Contact Centers, mais de 50 no mundo que proporcionam atendimento permanente durante as vinte e quatro horas de todos os dias do ano.

- Redes Sociais, as quais permitem, dentre outras funcionalidades, realizar consultas e acessar as plataformas de resolução de dúvidas e/ou incidentes.

- Reclamações e queixa, que correspondem ao procedimento interno para a defesa extrajudicial de seus direitos derivados dos contratos.

MAIS INFORMAÇÕES NO CAPÍTULO MAPFRE E SEUS CLIENTES

Funcionários e representantes legais dos trabalhadores

O diálogo com os funcionários é permanente, eles são informados sobre aqueles aspectos relevantes para o desenvolvimento do negócio e suas opiniões são escutadas através dos seguintes canais de comunicação:

- A intranet Corporativa:
- As revistas internas (O Mundo da MAPFRE, revista global para todos os funcionários no mundo, e as revistas internas editadas nos diferentes países).
- Caixas, blogs e fóruns, onde são transmitidos comentários e sugestões e a empresa responde.
- Pesquisas internas para conhecer a importância que os funcionários dão aos temas que são relevantes para a MAPFRE.
- Pesquisas de clima organizacional como Great Place To Work (GPTW) que mede a satisfação e o compromisso dos funcionários.
- Na MAPFRE, há 20.109 funcionários com cobertura de convenções coletivas em 23 países, o que significa que 54,3 por cento do quadro de funcionários está representado. Para sua relação conta com:
 - Órgãos de participação da empresa com os representantes legais dos trabalhadores e Comissões formais.
 - Reuniões periódicas acordadas por ambas as partes.

- Contas de e-mail específicas ou espaços na Intranet, e meios para reuniões ou assembleias, que a empresa facilita para a comunicação e o diálogo com os funcionários.

MAIS INFORMAÇÕES NO CAPÍTULO MAPFRE E SEUS FUNCIONÁRIOS

Distribuidores

- Ferramentas online que favorecem o aproveitamento de internet na gestão comercial.
- Redes sociais e apps utilizados para compartilhar experiências e intercambiar informações com mediadores e para realizar campanhas especiais.
- Encontros específicos e videoconferências com corretores e mediadores.
- Portais de corretores que são plataformas operacionais que favorecem o desenvolvimento da atividade comercial dos mediadores
- Revistas especializadas

MAIS INFORMAÇÕES NO CAPÍTULO MAPFRE E SEUS DISTRIBUIDORES

Fornecedores

A relação com os fornecedores é organizada através de:

- Plataformas Web e portais específicos, como a plataforma de compras corporativa.
- Plataformas telefônicas próprias ou acordadas
- Redes sociais
- Boletins específicos
- Grupos de trabalho e responsáveis por fornecedores específicos para cada área de negócio e para bens e serviços tecnológicos, que administram a relação com eles.
- Aplicativos para o celular

MAIS INFORMAÇÕES NO CAPÍTULO MAPFRE E SEUS FORNECEDORES

Redes Sociais

Entre os canais de relação as redes sociais desempenham um papel importante.

A presença da marca nas redes sociais, cuja atuação é regida por uma abordagem global, acumula já mais de 2.400.000 seguidores, distribuídos da seguinte forma:

Facebook
2.100.000
seguidores

Twitter
175.000
seguidores

YouTube
20.000
seguidores

LinkedIn
129.000
seguidores

Instagram
19.000
seguidores

Facebook, a maior rede social na grande maioria dos países nos que o Grupo tem presença, representa a principal comunidade de usuários da MAPFRE, por isso além se torna a principal plataforma de interação com usuários para as marcas do Grupo. Twitter, por sua parte, constitui uma plataforma chave para o atendimento a usuários, enquanto que LinkedIn destaca pela transmissão de mensagens corporativas e por ser uma fonte de captação de talento, além de uma plataforma de contato entre os próprios funcionários da organização.

Os principais objetivos que se perseguem nestas plataformas estão centrados em três aspectos:

– **Imagem:** com foco na transmissão de valores, que reforce o compromisso que já têm os clientes com as marcas do Grupo e em dar a conhecer os valores da MAPFRE a outras partes interessadas (stakeholders).

– **Orientação para as pessoas:** tanto para clientes como para funcionários, proporcionando ferramentas e conteúdos de valor para ambos os grupos.

– **Inovação: apresentar novas** tendências à comunidade de seguidores da organização, para lhes oferecer novas vias de consumo de conteúdos ou de prestação de serviços.

Para cobrir estes objetivos, a estratégia da MAPFRE nas redes sociais é baseada em dois pilares fundamentais:

– **Conteúdo:** apoiado em projetos de unificação de imagem e de criação de peças digitais que têm impacto em nível mundial, procurando transmitir os valores da MAPFRE em cada interação. Estes conteúdos globais geram maiores vínculos com a MAPFRE.

– **Atendimento aos clientes:** otimizando os processos internos que permitem às equipas atender às consultas e queixas apresentadas. Em 2016 também houve avanço nas ferramentas de autosserviço e tecnologias que agilizam estes processos, como a introdução de *chatbots*.

A estratégia da MAPFRE nas redes sociais está voltada a oferecer valor aos seguidores em qualquer perfil, com plataformas de serviço que melhorem a relação da marca com seus principais stakeholders.

Compromissos com os grupos de interesse

Outro dos fatores que ajudam a criar confiança é o cumprimento dos compromissos que a empresa adquire com seus grupos de interesse.

Neste sentido, a Política de Responsabilidade Social Corporativa do Grupo estabelece os princípios que determinam a forma em que a MAPFRE quer construir estas relações, e os compromissos que acordou em relação aos grupos de interesse prioritários, entendidos como aqueles que figuram na missão da empresa.

A seguir são exibidos os compromissos adquiridos na política de RSC.:

Compromissos adquiridos na política de RSC



FUNCIÓNÁRIOS

- 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 de excelência quanto à segurança no trabalho e conseguir 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 para os 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.

CLIENTES E SEGURADOS

- 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 reclamações no prazo mais breve 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.

Compromissos adquiridos na política de RSC

FORNECEDORES	ACIONISTAS
<ul style="list-style-type: none"> 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. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Promover a participação informada dos acionistas nas assembleias gerais, proporcionando um tratamento semelhante a todos eles.
DISTRIBUIDORES / MEDIADORES	SOCIEDADE
<ul style="list-style-type: none"> 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. 	<ul style="list-style-type: none"> 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 fomento da cultura seguradora, a promoção da saúde, o meio ambiente e o voluntariado corporativo. c) 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. d) 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.

Para cumprir e desenvolver adequadamente estes compromissos, a política de RSC se desenvolve e complementa com outras políticas corporativas específicas e normas internas de desenvolvimento e é baseada no plano de Sustentabilidade do Grupo MAPFRE 2016-2018.

3.2. Compromisso com o desenvolvimento sustentável

[G4-15; G4-16; HR5-HR7, HR9, HR10; SO3-SO5]

A MAPFRE está comprometida com o desenvolvimento sustentável, não só com a adesão a iniciativas internacionais e iniciativas locais, de referência neste âmbito, mas também pela integração deste conceito no negócio, através do Plano de Sustentabilidade do Grupo MAPFRE 2016-2018.

3.2.1. Plano de Sustentabilidade

O Plano de Sustentabilidade do Grupo MAPFRE 2016 – 2018 é um meio para contribuir para o desenvolvimento sustentável da empresa, atuando em diversos âmbitos (econômico/boa governança, social e ambiental) dos próprios princípios e valores, além do estabelecido pela lei em relação a esses aspectos.

A empresa faz isto desenvolvendo ações concretas relacionadas às matérias fundamentais: os direitos humanos e a Agenda de Desenvolvimento Sustentável 2030, a transparência, o meio ambiente, a cibersegurança, a diversidade, a luta contra a corrupção e a fraude, a incorporação dos aspectos ambientais, sociais e de governança na cadeia de suprimento, na subscrição e nas decisões de investimento, entre outras.

O Plano permite melhorar o desempenho da empresa nestes âmbitos e aprofundar na relação com diferentes grupos (grupos de interesse) com os quais o Grupo tem uma especial relação, como são os acionistas, os funcionários, os fornecedores e os clientes. Todo isso, sem esquecer o resto de grupos com os quais a empresa se relaciona ou sobre os quais tem impacto.

O Plano de Sustentabilidade 2016 – 2018, estrutura-se em torno de três grandes objetivos, que integram quinze linhas de trabalho. Cada uma delas inclui projetos específicos, responsáveis pelo seu desenvolvimento e métricas para seu acompanhamento.



ESQUEMA BÁSICO DO PLANO

Objetivos	Linhas de trabalho		
<p>1. Ser recebidos por nossos grupos de interesse, como uma empresa transparente em sua atuação, ética e comprometida com o ambiente no qual desenvolve sua atividade, e inovadora em sua atuação.</p>	<ul style="list-style-type: none"> L1 Direitos humanos e Agenda de Desenvolvimento Sustentável 2030 L2 Transparência L3 Acionistas particulares e investidores especializados em sustentabilidade - ASG(*) L4 Integração dos aspectos sociais e ambientais na inovação de soluções seguradoras L5 Oportunidades e riscos reputacionais, financeiros, ASG (*) na tomada de decisões anterior à subscrição do risco. Desenvolvimento e captação de novos negócios sustentáveis. L6 Segurança da informação e cibersegurança. L7 Meio ambiente: mudança climática L8 Incorporar critérios ASG (*) nas decisões de investimento L9 Promover comportamentos e atitudes que evitem a corrupção e a fraude interna. <p>* ASG: ambiental, social e de governança</p>		
<p>2. Ser recebidos por nossa organização como uma empresa ética, atrativa, que gera oportunidades e cuida sua diversidade, e com valores solidários que geram efeito na sociedade.</p>	<ul style="list-style-type: none"> L10 Diversidade, igualdade e não discriminação (principalmente de mulheres e pessoas com deficiência) L11 Voluntariado 		
<p>3. Ser recebidos pelos clientes e fornecedores como uma empresa que cumpre seus compromissos e que atua com integridade no desenvolvimento de sua relação.</p>	<ul style="list-style-type: none"> L12 Satisfação do cliente L13 Os critérios sociais e ambientais como fatores positivos no processo de homologação e seleção de fornecedores L14 Digitalização dos processos de atribuição, envio e controle dos fornecedores de serviços de automóveis e residenciais L15 Processo Global de Compras 		
<p>Projetos específicos</p>	<p>Responsáveis para seu desenvolvimento</p>	<p>Identificação de grupos de interesse nos quais tem impacto</p>	<p>Indicadores de acompanhamento</p>

O Comitê de Responsabilidade Social Corporativa realiza um acompanhamento do Plano e informa ao Comitê Executivo. Todas as linhas e projetos propostos estão iniciados e se desenvolvem dentro das margens de execução previstas, por isso é possível afirmar que o plano teve um início muito satisfatório.



3.2.2. Compromissos com iniciativas internacionais

A MAPFRE está comprometida com as Iniciativas Internacionais subscritas e participa ativamente em seu desenvolvimento e cumprimento.

	<p>Global Compact das Nações Unidas, 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, o meio ambiente e a luta contra a corrupção.</p> <p>Em 2016 o Relatório de Progresso da MAPFRE foi reconhecido pelas Nações Unidas com a máxima qualificação “In advance”</p> <p>No item de Informações complementares, página 184, foi incluída a tabela de referência sobre os princípios do Pacto Mundial e os Indicadores GRI G4 aplicáveis à MAPFRE.</p>	<p>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.</p>	
	<p>A MAPFRE é signatária dos Programas Carbon Disclosure, Water Disclosure e Carbon Action pertencentes à Iniciativa Climate Disclosure Project (CDP), tendo sido incluída em 2016 em nível mundial na A-List Global, por ter obtido a máxima qualificação (A) quanto a desempenho em mitigação e adaptação à mudança climática, e transparência da informação relatada, por parte desta iniciativa.</p>	<p>Princípios para a Sustentabilidade em Seguros (PSI), específicos para a indústria seguradora, orientados a incorporar na gestão do negócio, como risco e como oportunidade, aspectos ambientais, aspectos sociais e aspectos de governança corporativa.</p> <p>Anualmente são informados os avanços realizados para integrar estes princípios no negócio, cujo relatório pode se consultar na página web oficial de PSI (www.unepfi.org/psi), e na própria página web da MAPFRE. Além disso, incluiu-se no item de Informações Complementares, página 186, uma tabela que apresenta como a MAPFRE trabalha na integração dos princípios de PSI no negócio e dos indicadores GRI G4 associados a esses princípios.</p> <p>Neste marco, a MAPFRE adere ao compromisso geral da indústria seguradora de apoio à Redução do Risco de Desastres das Nações Unidas (United for disaster resilience).</p>	
	<p>Paris Pledge for Action, onde é ratificado o compromisso para conseguir ter um clima seguro e estável no qual o aumento de temperatura seja limitado abaixo de 2 °C e se compromete a tomar medidas de forma imediata para reduzir suas emissões de gases de efeito estufa até um nível seguro.</p>		

3.2.3. Fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG)

[G4-2, 14, 16, 45, 47; EC-2; HR5-HR7; 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 e o Plano de Sustentabilidade do Grupo MAPFRE 2016 - 2018 facilitam a integração no negócio dos aspectos ambientais, sociais e de governança (chamados aspectos ASG).

As mudanças tecnológicas, as questões sociais (mudanças demográficas, movimentos migratórios, desigualdades, etc.), os desafios ambientais (mudança climática, desastres naturais, a biodiversidade, etc.), a situação da economia ou as mudanças legislativas/normativas, são fatores que afetam o negócio, como riscos, mas também como oportunidades para adequar processos ou desenvolver novos produtos e serviços adaptados às necessidades do cliente e da sociedade.

A seguinte tabela mostra o detalhe de alguns destes fatores ASG que identificamos, tomando como referência, entre outros, os temas materiais e de relevância interna e externa da Análise de Materialidade 2016 da página 53.



^ (b)

TABELA DE FATORES ASG DA MAPFRE [G4-15, 16]

Tabela de fatores ASG	
AMBIENTAIS	<ul style="list-style-type: none">– Mudança climática– Ecoeficiência: otimização de recursos– Preservação da biodiversidade e a degradação dos ecossistemas terrestres e marítimos
SOCIAIS	Âmbito de trabalho <ul style="list-style-type: none">– Emprego– Diversidade, igualdade e não discriminação– Inclusão de grupos vulneráveis ou de risco– Formação e desenvolvimento profissional– Salário decente– Conciliação da vida de trabalho e pessoal– Gestão do talento interno e atração do talento externo– Tecnologia: novos ambientes de conhecimento e colaboração
	Segurança e Saúde <ul style="list-style-type: none">– Prevenção: acidentes, licenças trabalhistas, etc.– Saúde: promoção de ambientes saudáveis– Segurança: garantir um ambiente de trabalho seguro e de confiança
	Responsabilidade com os clientes <ul style="list-style-type: none">– Marketing responsável– Canais de reclamação e acompanhamento– Segurança e privacidade dos dados de caráter pessoal e cibersegurança– Carteira de produtos e serviços:<ul style="list-style-type: none">• Inovação: produtos projetados para gerar um benefício social e ambiental• Questões sociais e demográficas: envelhecimento da população, qualidade de vida.– Tecnologia: novos ambientes de relação, novos sistemas de gestão, novos riscos e novos produtos.– Promover cultura seguradora
	Cadeia de valor (fornecedores, subcontratados, etc.) <ul style="list-style-type: none">– Política e procedimentos de compras integrados: seleção, homologação e contratação, incorporando critérios de responsabilidade social e ambientais– Tecnologia ao serviço da gestão: plataforma de compras– Incorporação dos aspectos sociais (direitos trabalhistas, segurança e saúde, direitos humanos, etc.) e ambientais nos processos de seleção e homologação
GOVERNANÇA	Ética, Integridade e princípios <ul style="list-style-type: none">– Órgãos de governança:<ul style="list-style-type: none">• Diversidade• Liderança do Conselho• Anticorrupção e suborno• Transparência• Regulamentos/Códigos Éticos e de Conduta: acompanhamento, cumprimento, avaliação, mecanismos de denúncia– Proteção dos direitos dos acionistas

Um adequado acompanhamento dos aspectos ASG permite à organização obter informações adicionais sobre esses riscos potenciais e entender melhor os movimentos e transformações sociais ou 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.

GESTÃO E CONTROLE DE RISCOS ASG

[G4-HR5 - HR7;SO3-SO5; 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 diretrizes gerais, os princípios básicos e o marco geral de atuação em matéria de gestão de riscos.
- promover uma sólida cultura e um sistema eficaz de gestão de riscos.
- garantir 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, 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 existem outros órgãos associados que dão apoio aos Órgãos de Governança em matéria de gestão de riscos:

- Comitê de Segurança e Meio Ambiente
- Comitê de Security, para o acompanhamento de contrapartes seguradoras e resseguradoras.

Neste marco, a MAPFRE apresenta uma estrutura composta por Áreas que, em seus respectivos âmbitos de concorrência, executam de forma independente atividades de supervisão dos riscos assumidos. Estas Áreas são as seguintes: Atuarial, Cumprimento, Gestão de Riscos, Controle Interno, Segurança e Meio ambiente e Auditoria Interna.

A política de riscos e os sistemas para sua gestão e controle estão tratados de forma mais extensa no Relatório de Contas Anuais e Relatório de Gestão consolidados na nota 7, e no Relatório Integrado da MAPFRE 2016.

Muitos dos fatores ASG enunciados na tabela (pág. 39) são analisados especificamente pelas áreas anteriormente mencionadas e são obtidos, principalmente, nos Riscos Operacionais, nos Riscos Estratégicos e de Governança Corporativa, nos Riscos Legal 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.

A MAPFRE conta com uma política de Gestão do Risco Operacional, que tem, entre outros objetivos, estabelecer as diretrizes gerais, os princípios básicos e o marco de geral de atuação 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 ambiente regulador e, finalmente, o de concorrência.

Além disso, o Comitê de Riscos e Cumprimento é o responsável por apoiar e assessorar o Conselho de Administração na definição e avaliação das políticas de gestão de riscos e na determinação da propensão ao risco e da estratégia de riscos, assim como a supervisão da correta aplicação na Sociedade e no Grupo das normas de boa governança e da normativa externa e interna.

Por outra parte, 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 atuações realizadas na gestão dos riscos legal e de descumprimento se refletem anualmente no Histórico de Atuações que se apresenta ao Órgão de Administração da sociedade, diretamente ou através de seu Comitê Delegado.

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 Diretoria 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 as 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 resto de grupos de interesse: conta com controles destinados a preservar a confidencialidade, integridade e disponibilidade da informação que maneja e dos sistemas de informação que a suportam. 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 2016, a MAPFRE tem voltado a participar dos ciberexercícios organizados pelos Ministérios de Indústria e Interior da Espanha, orientados a avaliar a capacidade das principais empresas perante o 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 estas possam ter) que se encontrem 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 empregados e colaboradores, em particular através de conselhos relacionados aos períodos de férias, com motivo de viagens, etc.

– Sobrevivência das operações em caso de desastre ou catástrofe: desenvolve, implanta, testa e atualiza planos de continuidade de negócio destinados a garantir que seus clientes poderão dispor dos serviços que a MAPFRE presta independentemente de que ocorram situações de desastre ou catástrofe.

– Colaboração na detecção e pesquisa de atos delitivos: colabora estreitamente com as Forças e Corpos de Segurança, dando resposta a tempo e em forma aos pedidos de informação realizados por estes 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. Como resultado desta colaboração, a MAPFRE contribui para a segurança geral dos ambientes nos quais realiza 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 são identificados, avaliados e minimizados os riscos ambientais causados por sua atividade. 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 cento das emissões no ano de 2020), relacionados com as pragas biológicas e epidêmicas e com os riscos da natureza ou catastróficos.

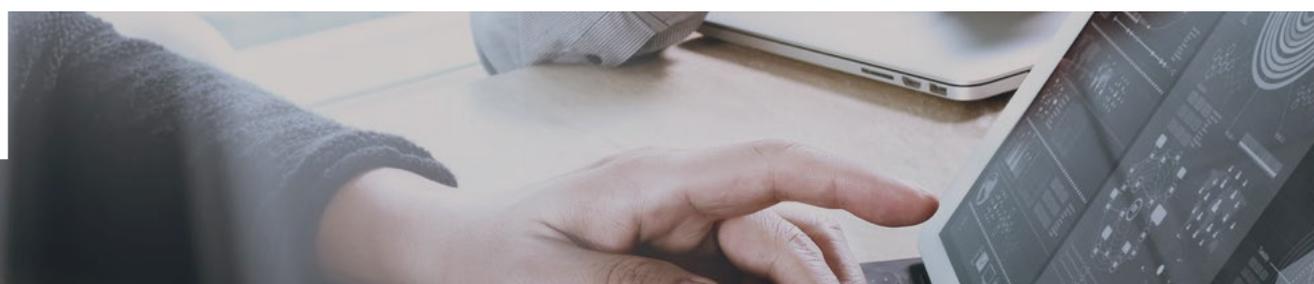
CONTROLE DE RISCOS

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 (atuária, 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:



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



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

A IMPORTÂNCIA DE TRANSFORMAR OS RISCOS EM OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO

As empresas seguradoras desenvolvem um papel importante na hora de enfrentar os atuais desafios globais que incidem de forma considerável na sustentabilidade dos modelos económicos, empresariais, etc. Estas empresas têm a capacidade de projetar o conhecimento e a experiência adquiridos para a própria proteção à proteção dos interesses de clientes e terceiros. Deste modo, o desenvolvimento de determinados produtos de seguros constitui não somente de uma oportunidade de negócio, mas também de um benefício para a sociedade.

O modelo de Inovação da MAPFRE (ver pág. 92) permite à empresa integrar os aspectos ASG e identificar oportunidades para inovar em produtos, serviços e processos, que dêem resposta aos clientes. Em 2016 a MAPFRE lançou ao mercado mais de 30 produtos nos Ramos de automóveis, vida, patrimoniais, saúde ou falecimentos.

Além disso, tem em carteira produtos com coberturas básicas e prêmios reduzidos, para grupos de baixo nível de renda, nos Ramos de automóveis, vida, residencial e saúde.

No âmbito ambiental, as atuações dirigidas aos clientes podem se agrupar em três categorias:

- Gestão do risco ambiental, que inclui coberturas de danos, responsabilidade civil e ambiental, serviços para a identificação, a análise, a avaliação e o controle de riscos, e revisão e acompanhamento da evolução dos riscos e das 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.

A gestão de riscos ASG também permite identificar e promover negócios mais responsáveis e sustentáveis, por exemplo, através das decisões de investimento do Grupo ou da relação com Startups.

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 segurado, 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.

A MAPFRE promove a cultura seguradora e o conhecimento em gestão de riscos a clientes e não clientes, mediante publicações específicas, e organizando cursos de formação especializados, fóruns, jornadas internacionais. Neste sentido, destaca a atividade desenvolvida pela MAPFRE RE durante o exercício 2016:

- Um ano marcado por significativos sinistros originados pela perturbação atmosférica El Niño, que afetaram o setor agrícola tanto do Pacífico como do Atlântico. Neste ramo, a MAPFRE RE celebrou ou patrocinou seminários de formação na Turquia e na Colômbia. Também foi patrocinado o seminário da Associação Internacional de Seguradoras Agropecuárias (AIAG, por suas siglas em espanhol) ocorrido na Holanda com presença de peritos reguladores do mercado europeu.
- Além disso, para desenvolver os ramos de pessoas foram realizados cursos e seminários sobre processos, seleção e assinatura de riscos no México, Panamá, Chile, Colômbia, Argentina, Itália e Malta com a presença de 300 pessoas.

- MAPFRE RE colabora ativamente como apresentadora nos eventos de mercado organizados por diversas instituições, tendo participado de congressos sobre temas de Inovação e Medicina de seguros na Itália e na França e foi patrocinado o congresso bianual da *European Life & Health Underwriting Association* ocorrido em Madri.

- Foi desenvolvida uma ferramenta atuarial para a análise do risco catastrófico de danos para o Grupo, enfrentado em relação às proteções de resseguro vigentes.

- Durante 2016 começou a operar a Área de Inovação, para identificar tendências e mudanças que representem oportunidades de negócio para nossos clientes e partners.

- Foi celebrado em Madri o tradicional *International Forum* com 13 participantes de 12 países, dos quais 5 foram europeus e 7 da região Ásia - Pacífico. Também, começou a funcionar um portal na página web para formação online de clientes.

- Os novos funcionários do novo escritório de Singapura receberam cursos de formação técnica para homogeneizar critérios de subscrição.

Todas estas ações são uma demonstração do compromisso técnico da MAPFRE RE, vocação de serviço e estreita vinculação com seus clientes internacionais.

Além disso, na Espanha, a Diretoria Corporativa de Segurança e Meio Ambiente (DISMA) colabora com cursos e mestrados especializados na área da segurança e meio ambiente. Como exemplo, cumpre mencionar o Máster de Gerência de Riscos e Seguros desenvolvido pelo ICEA.

3.2.4. Medidas de prevenção e cumprimento

[G4-57, 58; LA-16, HR2-HR7; HR12; SO3-SO5; PR8; 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), colocando à disposição de todos os grupos de interesse, as seguintes políticas corporativas

- 
- Princípios Institucionais, Empresariais e Organizacionais
 - Código Ético 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 Diretoria
 - 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 mitigar 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

^ ^ 3x

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 2016 o Comitê de Ética recebeu duas denúncias relacionadas ao Código de Ética e Conduta, através dos canais estabelecidos para isso. Do mesmo modo, durante esse exercício, o Comitê não recebeu consultas relacionadas e este procedimento.

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 de trabalho e pessoal
- Prevenção de Riscos do 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

MAPFRE conta com dois tipos de canais estabelecidos, acessíveis a funcionários:

— O Canal de Denúncias Financeiras e Contábeis (www.mapfre.com/CDF) 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 identificadas no seio da empresa.

• O Canal de Consultas e Denúncias Éticas (www.mapfre.com/Etica), permite que qualquer empregado que tenha dúvidas sobre a aplicação do Código, ou que observe uma situação que pudesse significar um descumprimento ou vulneração de qualquer dos princípios e normas éticas ou de conduta estabelecidas nele, possa comunicá-lo ao Comitê de Ética, de forma confidencial e com total garantia.

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:

1. 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, e garantindo que conta com os procedimentos adequados para tratar o problema e corrigi-lo se este vier a ocorrer.
2. 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.

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 10 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.

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.

Trata-se de garantir, com razoável segurança, conforme os princípios e valores estabelecidos nos Princípios Institucionais, Empresariais e Organizacionais que os objetivos do Grupo sejam atingidos no que se refere à eficiência e à eficácia operacionais, confiança nos registros contábeis e financeiros, e conformidade com as regras e normas externas e internas.

PREVENÇÃO DE 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 2016, foram ministradas mais de 16.897 horas de treinamento em prevenção de Lavagem de Dinheiro a 14.442 funcionários.

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 empregados 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, colaborando, ao mesmo tempo, para a proteção da solvência, integridade e reputação da MAPFRE, e apoiando o grupo na consecução de seus objetivos estratégicos.

PREVENÇÃO DE FRAUDES E CORRUPÇÃO

[G4-SO4]

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.

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 em nível corporativo.

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.

SEGURANÇA

[G4-PR8]

Entre outros temas, a MAPFRE está focada na proteção dos trabalhadores, na salvaguarda 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 da informação relativa aos clientes se cumpre, 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. Merecem uma especial referência os temas relacionados com a cibersegurança e que se desenvolvem no seguinte item.

— 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.

Além disso, 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 incidentes.



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 2016, foram realizadas mais de 14.087 horas de formação dos empregados 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 281. Além disso, 63 por cento 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.

CIBERSEGURANÇA E PRIVACIDADE

Com o objetivo de proteger a confiança depositada na empresa pelos diferentes grupos de interesse, bem como a reputação corporativa, a MAPFRE tem como prioridade absoluta proteger a segurança do seguinte:

- A informação fornecida por seus clientes e *stakeholders* para que possa lhes prestar serviços e para que desenvolva sua atividade de negócio
- A informação que é propriedade da MAPFRE e sobre a qual é baseada sua vantagem competitiva e seu valor de marca.
- Os sistemas de informação que suportam os processos de negócio.

Esta proteção deve ser levada a cabo em um ambiente hiperconectado e digitalmente disruptivo, no qual estão aumentando de forma exponencial os ciberataques e os incidentes de segurança e privacidade.

Ciente desta realidade, a MAPFRE definiu uma série de delineamentos que articulam sua atuação em matéria de cibersegurança:



GESTÃO DE CIBER-RISCOS	<ul style="list-style-type: none"> – Avaliação e melhoria dos mecanismos de prevenção, detecção e resposta diante dos ciberincidentes. – Evolução contínua dos mecanismos de proteção de sistemas de informação e redes de comunicações. – Avaliação e melhoria dos mecanismos de recuperação frente a desastres.
PRIVACIDADE PROATIVA	<ul style="list-style-type: none"> – Adequação precoce ao Regulamento Europeu de Proteção de Dados – Centralização e concentração de capacidades no Escritório Corporativo de Privacidade e Proteção de Dados (OCPPD, por suas siglas em espanhol) – Integração da privacidade no ciclo de vida das novas iniciativas que administram dados pessoais.
CULTURA DO CIBERSEGURANÇA	<ul style="list-style-type: none"> – Ações de conscientização e sensibilização para funcionários, clientes e fornecedores. – Ações de formação e treinamento para funcionários e mediadores.
CIBERSEGURANÇA DESDE O INÍCIO	<ul style="list-style-type: none"> – Integração da cibersegurança no ciclo de vida das novas iniciativas tecnológicas da empresa. – Avaliação de cibersegurança e privacidade nos processos de compra de soluções tecnológicas e na contratação de serviços tecnológicos.

As linhas de atuação contemplam a proteção da informação quando esta é coletada, transmitida, armazenada ou processada, e possibilitam a atuação diligente no estabelecimento de medidas preventivas e na detecção e resposta a ciberataques ou eventos de interrupção de negócio. Além disso, incluem a identificação e resposta dos três fatores externos que podem modificar o ambiente de proteção dos ativos:

- As ciberameaças, com a aparição cada vez mais frequente de vulnerabilidades de “dia zero” de amplo espectro e de ataques avançados.
- As mudanças regulatórias ou normativas, como o novo Regulamento Europeu de Proteção de Dados ou as novas leis de privacidade ou proteção de dados em diferentes países onde a MAPFRE está presente.
- As iniciativas de negócio, destacando as atuações associadas à transformação digital da empresa.

Para levar a cabo sua estratégia nesta matéria, a MAPFRE, através da Diretoria Corporativa de Segurança e Meio ambiente, conta com capacidades avançadas destinadas a aumentar a “resiliência cibernética” da empresa. Estas capacidades incluem:

- Pessoal certificado com muita especialização, encarregado tanto de identificar, definir, projetar e, se for o caso,

implementar e operar tanto os distintos controles de segurança como as ferramentas tecnológicas destinadas a proteger os ativos digitais da empresa, assim como de incorporar requisitos, controles e funcionalidades de cibersegurança (incluída a privacidade) nas novas iniciativas da empresa.

- Tecnologias específicas de proteção, integradas na plataforma tecnológica corporativa.
- Ferramentas, metodologias e especialistas dedicados a avaliar de maneira contínua o nível de cibersegurança dos sistemas de informação da empresa, identificando deficiências de forma precoce.
- Um Centro de Controle Geral (CCG-CERT), integrado na rede FIRST, que monitora de maneira contínua (24 horas, 7 dias) tanto a informação hospedada na plataforma tecnológica da MAPFRE como aquela de sua propriedade, acessível em sistemas de terceiros, permitindo a detecção precoce de eventuais ciberincidentes e a resposta ágil aos mesmos.
- Planos, atualizados e treinados de forma sistemática, de resposta a incidentes e situações de crise.

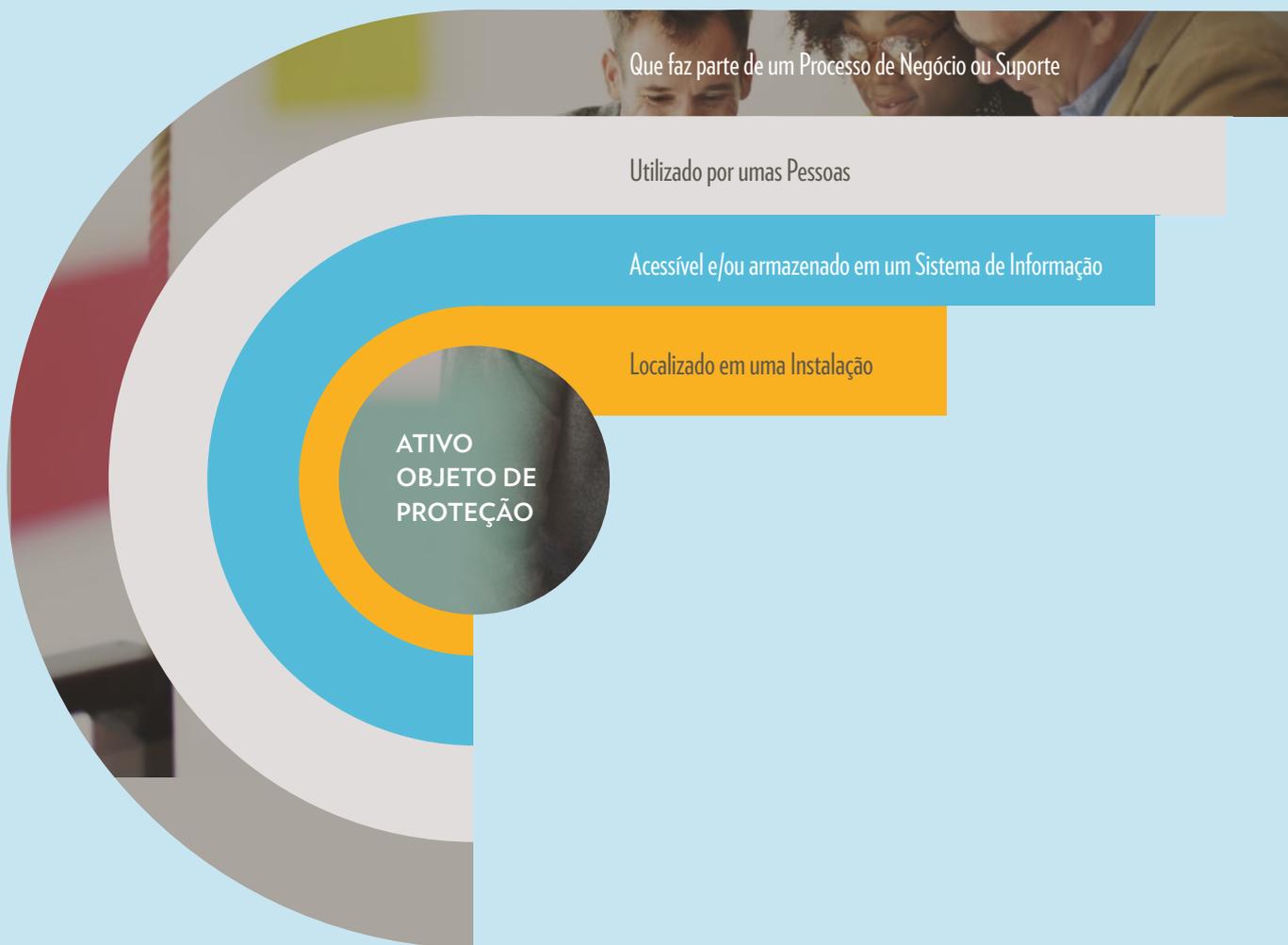
Especificamente no relativo à proteção da privacidade dos dados que fornecem os clientes e *stakeholders*, a MAPFRE dispõe de um DPO (Data Protection Officer) Corporativo e de uma área específica dentro da Diretoria Corporativa de

Segurança e Meio ambiente encarregada de assegurar o cumprimento das regulações existentes em matéria de privacidade e proteção de dados de caráter pessoal.

Dentro dessa mesma estrutura organizacional, ao longo de 2016 continuaram os avanços na implantação do Escritório 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 uma visão única e global da matéria e promovendo a homogeneidade de todos os processos e critérios relacionados com esta matéria e melhorando sua eficiência.

Por outro lado, para enfrentar os novos requerimentos estabelecidos pelo Regulamento Europeu de Proteção de Dados, e garantir a homogeneidade e o aproveitamento de sinergias, foi criado um grupo de trabalho corporativo destinado a adequar a MAPFRE, de maneira precoce e com um enfoque transversal e proativo, às novas exigências.

Do mesmo modo, é importante destacar que a atuação da MAPFRE em matéria de cibersegurança está integrada no modelo corporativo de segurança, baseado na gestão de riscos e na proteção integral dos ativos tangíveis e intangíveis, através do estabelecimento de medidas associadas tanto ao valor dos ativos como ao conjunto dos elementos que interagem com os mesmos.



AUDITORIA INTERNA

A MAPFRE considera que a função de Auditoria Interna, que garante o seguro e consulta, e que é desenvolvida com independência e objetividade, ajuda a organização a cumprir seus objetivos fornecendo um enfoque sistemático e disciplinado para avaliar e melhorar a eficácia dos processos de gestão de riscos, controle interno e governança corporativa.

A área de Auditoria Interna tem, com caráter geral, as seguintes funções:

- Supervisionar a adequação e eficácia do sistema de controle interno e de outros elementos do sistema de governança.
- Cumprir o plano anual de auditoria interna informando em cada trabalho deficiências detectadas, e recomendando a forma de resolvê-las. Realizar um acompanhamento sobre tais recomendações.
- Avaliar a fiabilidade e integridade da informação contábil e financeira individual e consolidada, e outros dados de caráter econômico (orçamentos, projeções, modelos de capital, embedded avalie, etc.) elaborada pela MAPFRE S.A., suas sociedades dependentes, as unidades de negócio, as áreas territoriais, áreas regionais e áreas corporativas; assim como a validade, suficiência e aplicação dos princípios e normativa contábil e legal.
- Coordenar eficazmente a comunicação da informação entre o Conselho de Administração, através do comitê de Auditoria e os auditores internos e externos.
- Realizar um acompanhamento contínuo e atuações presenciais de Auditoria Interna em aquisições, novos negócios e atividades em desenvolvimento, como elementos chave de risco do plano estratégico.
- Apoiar a organização no cumprimento de seus objetivos oferecendo profissionais em matérias nas que puderem precisar de uma opinião independente ou apoio para seu desenvolvimento (controle interno, gestão de riscos, organização, análise de estados financeiros, análise de investimentos, etc.).
- Coordenar o trabalho de auditores externos e a análise de suas conclusões antes de que se tornem definitivas.
- Solicitar a informação precisa para apoiar o comitê de Auditoria da MAPFRE S.A., e outros comitês de Auditoria que, por obrigação legal ou de forma voluntária, foram criados nas filiais, e a presidência executiva da MAPFRE.

AUDITORIAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

A Diretoria Geral de Auditoria Interna realizou 159 trabalhos especiais em 2016 sobre diferentes aspectos vinculados à responsabilidade social no conjunto do Grupo. Ditos trabalhos tratam sobre 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.

3.2.5. Estudo de materialidade 2016 [G4-18, G4-19, G4-20, G4-21]

A identificação de assuntos relevantes, através do processo de materialidade, é um exercício de diálogo que a empresa realiza e que permite identificar as expectativas e interesses dos grupos de interesse com os quais a empresa tem maior relação.

Neste exercício, a MAPFRE substituiu a matriz global de materialidade pela análise individualizada de materialidade para cada grupo de interesse. Desta forma, poderão ser estabelecidas e desenvolvidas ações de gestão e relação de forma personalizada.

Principais novidades 2016

Na identificação de assuntos de interesse geral relacionados com o âmbito da sustentabilidade foram levadas em conta novas fontes externas, entre outras, a Diretriz Europeia 2014/95/UE sobre divulgação de informação não financeira e diversidade. Do mesmo modo, foram levadas em consideração fontes internas, entre as quais foi incluído este ano o Plano de Sustentabilidade do Grupo MAPFRE 2016-2018. Isto permitiu incorporar novos assuntos ao processo.

Foi adicionado à consulta externa o grupo de interesse de analistas e investidores.

Realizou-se um tratamento personalizado da materialidade por cada grupo de interesse. As diferenças destes grupos faz com que ao adicionar suas opiniões e expectativas haja menor riqueza nas respostas. Por isso, identificaram-se temas específicos para cada um e temas transversais, comuns a todos eles. Isto afeta a apresentação dos resultados, ao não incorporar uma matriz global.

Escopo do estudo: MAPFRE na Espanha, Brasil, Colômbia, México e Porto Rico.

FASES DO ESTUDO DE MATERIALIDADE

[G4-26]

O estudo da materialidade começou em 2014. Para sua realização foram seguidas as seguintes fases:

FASE 1: Análise interna dos temas identificados

Determinaram-se temas específicos por grupo de interesse, e temas transversais, entre os quais se destacam a transparência, os direitos humanos, a inovação, a segurança da informação ou o meio ambiente.

Estes indicadores foram submetidos de novo à análise e avaliação pelas principais áreas com as quais se colaborou: Relação com Investidores, Inovação, Recursos Humanos, Fornecedores, Meio Ambiente, Clientes, Governança Corporativa, Cumprimento Normativo, Responsabilidade Social e Coordenação Contábil, tanto em nível corporativo como nos cinco países que participaram (Brasil, Colômbia, Espanha, México e Porto Rico).

No processo de avaliação, é incluída a variável “*maturidade*”, que permite analisar a relação dos assuntos relevantes com as linhas e planos estratégicos de cada área.

FASE 2: Consulta aos grupos de interesse

O estudo incorpora duas variáveis na consulta: a importância do tema para o grupo de interesse e a percepção que este tenha sobre como a MAPFRE está abordando o tema.

Participaram funcionários, clientes, fornecedores e distribuidores, analistas e investidores.

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

FASE 3. Apresentação de resultados

De forma geral, as avaliações dos temas apresentados foram altas. A MAPFRE considera quatro níveis de resultados:

Tema material: aqueles nos que 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.



+ (0,2,1) ↑ ↑

TEMAS MATERIAIS PARA A MAPFRE SEGUNDO OS GRUPOS DE INTERESSE QUE PARTICIPARAM:

MAPFRE e seus funcionários	PERCEPÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS: escala de 1 a 5 (onde 1 é a mínima pontuação e 5, o máximo valor)
ASSUNTOS MATERIAIS PARA A MAPFRE E SEUS FUNCIONÁRIOS, ORDENADOS POR ORDEM DE IMPORTÂNCIA	
Rejeitar a discriminação, consolidando uma cultura de respeito baseada na igualdade e diversidade das pessoas.	4,23
Gerenciar de maneira eficiente as descargas e resíduos que geram.	4,26
Gerenciar seus consumos energéticos para reduzir as emissões para o meio ambiente.	4,09
Manter um ambiente de trabalho seguro e saudável que permita aos funcionários desenvolver seu trabalho nas melhores condições.	4,04
Promover as oportunidades de desenvolvimento dos funcionários, identificando e gerenciando seu talento.	3,44
Garantir a privacidade dos dados pessoais que a empresa possui.	4,49
Contar com os protocolos e mecanismos para garantir o respeito aos Direitos humanos e resolver os possíveis danos cometidos.	4,28
Atribuir recursos econômicos, humanos e tecnológicos para a promoção de uma cultura da inovação na empresa.	3,91

MAPFRE e seus distribuidores	PERCEPÇÃO DOS DISTRIBUIDORES: escala de 1 a 5 (onde 1 é a mínima pontuação e 5, o máximo valor)
ASSUNTOS MATERIAIS PARA A MAPFRE E SEUS DISTRIBUIDORES, ORDENADOS POR ORDEM DE IMPORTÂNCIA	
Gerenciar de maneira eficiente as descargas e resíduos que geram.	3,95
Gerenciar seus consumos energéticos para reduzir as emissões para o meio ambiente.	3,83
Oferecer produtos e serviços inovadores, em comparação com outras empresas seguradoras.	3,71
Realizar iniciativas e ações destinadas a promover a responsabilidade ambiental e conscientizar em relação a ela.	3,83
Garantir a privacidade dos dados pessoais que a empresa possui.	4,26
Esforçar-se em ser digitalmente segura.	4,02
Promover a responsabilidade social corporativa e realizar ações que tenham impacto positivo nos âmbitos econômico, social e ambiental.	3,96
Cumprir com seus princípios éticos e valores, e contar com os mecanismos necessários para sua aplicação.	3,94

MAPFRE e seus fornecedores	PERCEPÇÃO DOS FORNECEDORES escala de 1 a 5 (onde 1 é a mínima pontuação e 5, o máximo valor)
ASSUNTOS MATERIAIS PARA A MAPFRE E SEUS FORNECEDORES, ORDENADOS POR ORDEM DE IMPORTÂNCIA	
Gerenciar de maneira eficiente as descargas e resíduos que geram.	4,23
Garantir a privacidade dos dados pessoais que a empresa possui.	4,54
Realizar iniciativas e ações destinadas a promover a responsabilidade ambiental e conscientizar em relação a ela.	4,15
Incorporar processos ágeis e inovadores em sua relação com fornecedores.	3,94
Promover a responsabilidade social corporativa e realizar ações que tenham impacto positivo nos âmbitos econômico, social e ambiental.	4,11
Cumprir com seus princípios éticos e valores, e contar com os mecanismos necessários para sua aplicação.cometidos.	4,29
Esforçar-se em ser digitalmente segura.	4,41

MAPFRE e seus clientes

ASSUNTOS MATERIAIS PARA A MAPFRE E SEUS CLIENTES, ORDENADOS POR ORDEM DE IMPORTÂNCIA

PERCEPÇÃO DOS CLIENTES
escala de 1 a 5
(onde 1 é a mínima pontuação
e 5, o máximo valor)

Gerenciar de maneira eficiente as descargas e resíduos que geram.	4,03
Gerenciar seus consumos energéticos para reduzir as emissões para o meio ambiente.	3,97
Garantir a privacidade dos dados pessoais que a empresa possui.	4,28
Oferecer produtos e serviços inovadores, em comparação com outras empresas seguradoras.	3,86
Realizar iniciativas e ações destinadas a promover a responsabilidade ambiental e conscientizar em relação a ela.	3,93
Contar com os protocolos e mecanismos para garantir o respeito aos Direitos humanos e resolver os possíveis danos cometidos.	3,91
Esforçar-se em ser digitalmente segura.	4,10
Procurar a máxima satisfação do cliente através da qualidade dos serviços que oferece.	3,86
Promover a responsabilidade social corporativa e realizar ações que tenham impacto positivo nos âmbitos econômico, social e ambiental.	3,90
Cumprir com as obrigações tributárias de acordo com a legislação tributária dos países nos que opera.	4,25
Cumprir com seus princípios éticos e valores, e contar com os mecanismos necessários para sua aplicação.	3,99
Desenvolver produtos e serviços que gerem um benefício ambiental	3,97
Utilizar uma linguagem simples e preocupar-se por fazer com que a informação sobre a contratação de produtos e serviços seja compreensível.	3,90

MAPFRE e seus acionistas/analistas

ASSUNTOS MATERIAIS PARA A MAPFRE E SEUS ACIONISTAS/ANALISTAS, ORDENADOS POR ORDEM DE IMPORTÂNCIA

PERCEPCIÓN DE LOS
ACCIONISTAS/ANALISTAS
Escala de 1 a 5
(donde 1 es la mínima puntuación y
5, el máximo valor)

Avaliar e gerenciar os riscos ambientais derivados de sua atividade empresarial.	3,60
Contar com os protocolos e mecanismos para garantir o respeito aos Direitos humanos e resolver os possíveis danos cometidos.	4,00
Dispor de órgãos de governança dimensionados adequadamente, com funções e responsabilidades definidas.	3,80
Transferir informação completa e compreensível sobre resultados e indicadores financeiros e não financeiros em um formato facilmente analisável.	3,90
Promover a responsabilidade social corporativa e realizar ações que tenham impacto positivo nos âmbitos econômico, social e ambiental.	3,86
Cumprir com as obrigações tributárias de acordo com a legislação tributária dos países nos que opera.	4,40
Esforçar-se em ser digitalmente segura.	4,00
Contar com sistemas de avaliação dos riscos reputacionais derivados de sua atividade.	4,25

TABELA DE RESUMO COM OS RESULTADOS
DOS TEMAS TRANSVERSAIS

Os resultados que se apresentam permitem ver a avaliação obtida pelos temas transversais (direitos humanos, transparência, segurança, cumprimento, inovação, RSC, governança e riscos ASG) para a MAPFRE e os grupos de interesse que participaram

MAT	o tema é considerado material
INT	o tema é considerado de relevância interna para a MAPFRE
EXT	o tema é considerado de relevância externa para o grupo de interesse
NM	o tema é considerado não material

TEMAS TRANSVERSAIS		A MAPFRE E SEUS GRUPOS DE INTERESSE				
		Funcionários	Clientes	Fornecedores	Distribuidores	Analistas
DIREITOS HUMANOS	Contar com os protocolos e mecanismos para garantir o respeito aos Direitos humanos e resolver os possíveis danos cometidos.	MAT	MAT	INT	INT	MAT
TRANSPARÊNCIA	Esforçar-se por ser transparente e proativa na satisfação das expectativas que os grupos de interesse têm nesta matéria.	EXT	MAT	INT	INT	MAT
SEGURANÇA	Garantir a privacidade dos dados pessoais que a empresa possui.	MAT	MAT	MAT	MAT	MAT
	Esforçar-se em ser digitalmente segura.	EXT	MAT	MAT	MAT	INT
CUMPRIMENTO	Cumprir com seus princípios éticos e valores, e contar com os mecanismos necessários para sua aplicação.	EXT	MAT	MAT	MAT	INT
	Cumprir com os compromissos internacionais assumidos voluntariamente relacionados com a RSC.	NM	NM	NM	NM	EXT
	Cumprir com as obrigações tributárias de acordo com a legislação tributária dos países nos que opera.	EXT	MAT	EXT	EXT	MAT
	Lutar contra a corrupção, a fraude e o suborno, através de medidas preventivas e de atuação diante dos casos que puderem ocorrer.	EXT	EXT	EXT	EXT	NM
RSC	Promover a responsabilidade social corporativa e realizar ações que tenham impacto positivo nos âmbitos econômico, social e ambiental.	INT	MAT	MAT	MAT	MAT
Inovação	Oferecer produtos e serviços inovadores, e apostar pela inovação na gestão de seu negócio.	MAT	MAT	MAT	MAT	INT

TEMAS TRANSVERSAIS		A MAPFRE E SEUS GRUPOS DE INTERESSE				
		Funcionários	Clientes	Fornecedores	Distribuidores	Analistas
MEIO AMBIENTE	Avaliar e gerenciar os riscos ambientais derivados de sua atividade empresarial.	INT	INT	INT	INT	MAT
	Controlar os possíveis impactos que puder ter na biodiversidade.	NM	NM	NM	NM	EXT
	Gerenciar de maneira eficiente as descargas e resíduos que geram.	MAT	MAT	MAT	MAT	INT
	Gerenciar seus consumos energéticos para reduzir as emissões para o meio ambiente.	MAT	MAT	INT	INT	INT
	Realizar iniciativas e ações destinadas a promover a responsabilidade ambiental e conscientizar em relação a ela.	INT	MAT	MAT	MAT	INT
	Desenvolvimento de produtos e serviços que gerem um benefício ambiental.	NM	MAT	EXT	NM	INT
GOVERNANÇA CORPORATIVA	Dispor de órgãos de governança dimensionados adequadamente, com funções e responsabilidades definidas.	NM	INT	INT	NM	MAT
	Contar sistemas de remuneração orientados a promover a rentabilidade e sustentabilidade a longo prazo.	NM	NM	NM	NM	EXT
	Ter e promover políticas de diversidade e igualdade nos órgãos de governança	NM	NM	NM	NM	NM
RISCOS ASG	Contar com sistemas de avaliação dos riscos sociais e ambientais derivados de sua atividade.	INT	INT	INT	INT	INT
	Contar com sistemas de avaliação dos riscos reputacionais derivados de sua atividade.	NM	INT	NM	NM	MAT

TABELA DE LOCALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO RELEVANTE NO RELATÓRIO



TEMAS ESPECÍFICOS	CAPÍTULO DO RELATÓRIO NO QUAL SE ENCONTRA A INFORMAÇÃO
FUNCIONÁRIOS	— A MAPFRE e seus Funcionários
CLIENTES	— A MAPFRE e seus Clientes — A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) — A MAPFRE e seus Clientes — A MAPFRE e seus Clientes — A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) — A MAPFRE e seus Clientes

(100) ↑ ↑

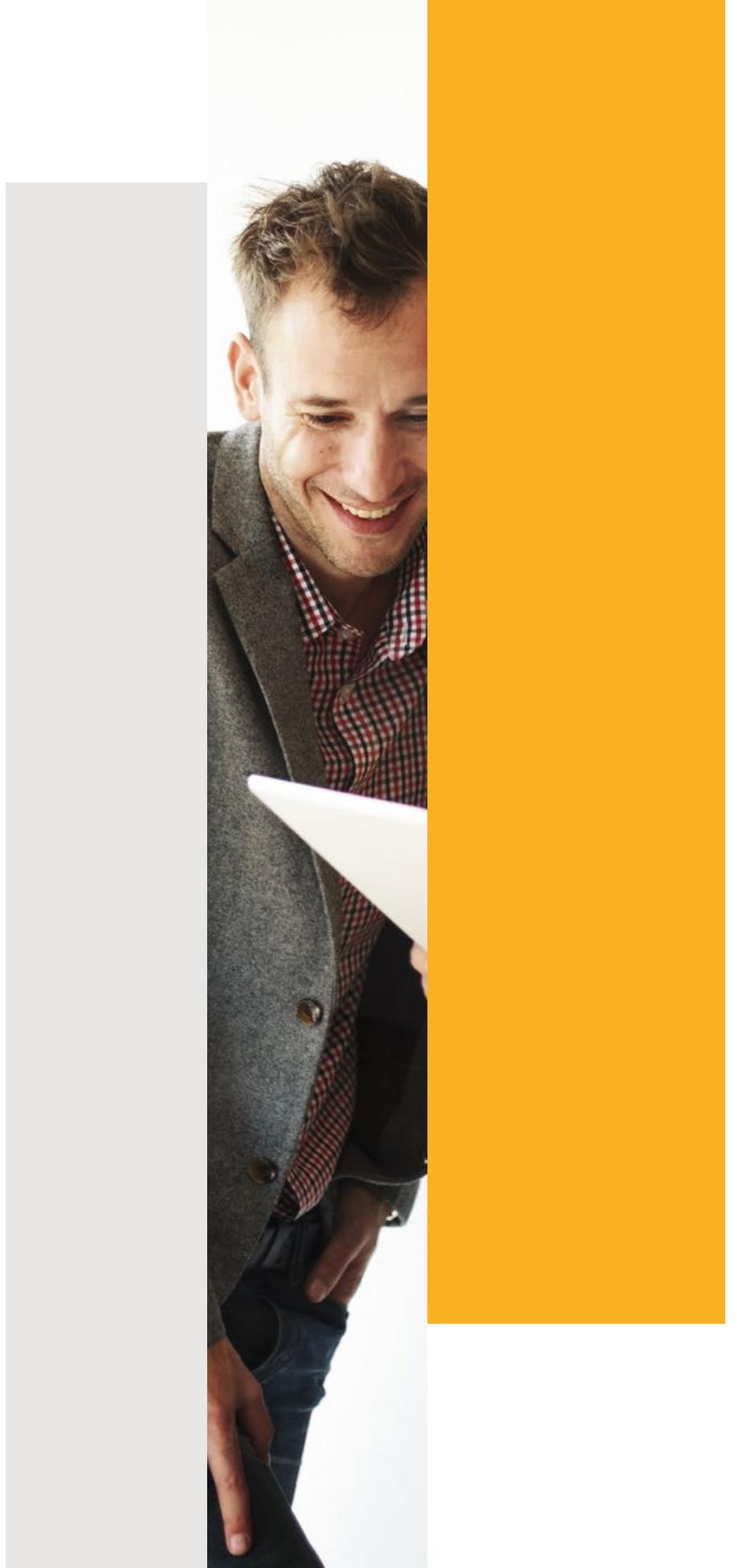
TEMAS ESPECÍFICOS		CAPÍTULO DO RELATÓRIO NO QUAL SE ENCONTRA A INFORMAÇÃO
FORNECEDORES	Aplicar critérios sustentáveis de aprovação que avaliem temas como a segurança e a saúde trabalhista, igualdade e conciliação, práticas anticorrupção, etc.	– A MAPFRE e seus Fornecedores
	Promover a interação e o diálogo com os fornecedores, favorecendo relações a longo prazo.	– A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) – A MAPFRE e seus Fornecedores
	Promover a formação para fornecedores como elemento chave de melhoria na qualidade do serviço oferecido.	– A MAPFRE e seus Fornecedores
	Avaliar aspectos sociais e ambientais dos fornecedores como fator diferenciador, além da qualidade do serviço.	
DISTRIBUIDORES	Promover a interação e o diálogo com os distribuidores, favorecendo relações a longo prazo.	– A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) – A MAPFRE e seus Distribuidores
	Promover a formação para distribuidores como elemento chave de melhoria na qualidade do serviço oferecido.	– A MAPFRE e seus Distribuidores
	Compartilhar com os distribuidores seus princípios, valores e políticas de atuação.	– A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) – A MAPFRE e seus Distribuidores:
ACIONISTAS	Contar com os canais de comunicação adequados	– A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) – A MAPFRE e seus Acionistas



TEMAS TRANSVERSAIS		
DIREITOS HUMANOS	<p>Contar com os protocolos e mecanismos para garantir o respeito aos Direitos humanos e resolver os possíveis danos cometidos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) – A MAPFRE e a Sociedade
TRANSPARÊNCIA	<p>Esforçar-se por ser transparente e proativa na satisfação das expectativas que os grupos de interesse têm nesta matéria.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC)
SEGURANÇA	<p>Garantir a privacidade dos dados pessoais que a empresa possui.</p> <p>Esforçar-se em ser digitalmente segura.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC)
CUMPRIMENTO	<p>Cumprir com seus princípios éticos e valores, e contar com os mecanismos necessários para sua aplicação.</p> <p>Cumprir com os compromissos internacionais assumidos voluntariamente relacionados com a RSC.</p> <p>Cumprir com as obrigações tributárias de acordo com a legislação tributária dos países nos que opera.</p> <p>Lutar contra a corrupção, a fraude e o suborno, através de medidas preventivas e de atuação diante dos casos que puderem ocorrer.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC)
RSC	<p>Promover a responsabilidade social corporativa e realizar ações que tenham impacto positivo nos âmbitos econômico, social e ambiental.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC)
Inovação	<p>Oferecer produtos e serviços inovadores, e apostar pela inovação na gestão de seu negócio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – A MAPFRE e seus Clientes

—
(0,2,1)

TEMAS TRANSVERSAIS		
MEIO AMBIENTE	Avaliar e gerenciar os riscos ambientais derivados de sua atividade empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> — A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) — Dimensão Ambiental da MAPFRE
	Controlar os possíveis impactos que puder ter na biodiversidade.	<ul style="list-style-type: none"> — Dimensão Ambiental da MAPFRE
	Gerenciar de maneira eficiente as descargas e resíduos que geram.	
	Gerenciar seus consumos energéticos para reduzir as emissões para o meio ambiente.	
	Realizar iniciativas e ações destinadas a promover a responsabilidade ambiental e conscientizar em relação a ela.	
	Desenvolver produtos e serviços que gerem um benefício ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> — A MAPFRE e seus Clientes — Dimensão Ambiental da MAPFRE
GOVERNANÇA CORPORATIVA	Dispor de órgãos de governança dimensionados adequadamente, com funções e responsabilidades definidas.	<ul style="list-style-type: none"> — A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC)
	Contar sistemas de remuneração orientados a promover a rentabilidade e sustentabilidade a longo prazo.	
	Ter e promover políticas de diversidade e igualdade nos órgãos de governança.	
RISCOS ASG	Contar com sistemas de avaliação dos riscos sociais e ambientais derivados de sua atividade.	<ul style="list-style-type: none"> — A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC)
	Contar com sistemas de avaliação dos riscos reputacionais derivados de sua atividade.	





04

Dimensão Social da MAPFRE

4.1. A MAPFRE e seus funcionários

A gestão das pessoas adquire uma especial relevância em uma empresa global como a MAPFRE com 37.020 funcionários de 78 nacionalidades; por isso, alguns dos aspectos mais relevantes na gestão são:

- A integração de diferentes gerações de funcionários que convivem na empresa, aproveitando as vantagens de cada uma delas; por exemplo, experiência naqueles que levam mais anos na empresa e novos conhecimentos, nos mais jovens.
- A utilização das vantagens das novas tecnologias e as redes sociais nos processos de recursos humanos.
- O reforço da comunicação interna para transmitir a todos os funcionários a estratégia e os objetivos, bem como a cultura e os valores da MAPFRE.
- O desenho de carreiras profissionais, compromisso mútuo entre a empresa e seus trabalhadores, da empresa com seu desenvolvimento profissional, e dos funcionários com a estratégia e os valores da organização.
- É a aposta pela mobilidade funcional e geográfica dos funcionários, com o objetivo de contar com equipes globais e polivalentes.



Tudo o exposto acima se materializa em três linhas principais e dois aspectos transversais que marcam o desenvolvimento e a execução de todas as políticas de recursos humanos:

DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL	FLEXIBILIDADE E AGILIDADE	EXPERIÊNCIA FUNCIONÁRIO (Compromisso + Bem-estar)
Transformação digital		
Diversidade geracional e cultural		
GESTÃO DO TALENTO <ul style="list-style-type: none"> – Nova Liderança. – Talento Estratégico. – Plano de renovação geracional. – Planos de Carreira (subscritores, Atuários, Técnicos Comerciais) 	ORGANIZAÇÕES MAS FLEXÍVEIS E ÁGEIS <ul style="list-style-type: none"> – Homologação de Estruturas e Dimensionamento de Quadros. 	A empresa... <ul style="list-style-type: none"> – Cultura e valores – Objetivos – RSC – Ação Social O chefe... <ul style="list-style-type: none"> – Comunicação – Avaliação – Reconhecimento – Desenvolvimento Como pessoa... <ul style="list-style-type: none"> – Bem-estar – Saúde – Flexibilidade – Voluntariado
MOBILIDADE E PROMOÇÃO INTERNA <ul style="list-style-type: none"> – Portal de Publicação de vagas. – Carreira Técnica e de Gestão. – Task force, carreiras internacionais. 	COMPENSAÇÃO E RECONHECIMENTO <ul style="list-style-type: none"> – Política de Remuneração. – Direção por Objetivos – Novos sistemas de Avaliação e Reconhecimento. 	
SENDAS DO CONHECIMENTO <ul style="list-style-type: none"> – Escolas Técnicas de Conhecimento (Universidad Corporativa) – Gestão do conhecimento. – Itinerários Formativos. 	NOVAS FORMAS DE TRABALHO <ul style="list-style-type: none"> – Flexibilidade de horários e espaços. – Mobilidade Tecnológica. – Trabalho colaborativo. – Intranet. 	



Política de emprego: Principais dados

[G4-9,10; LA1, 12; HR5,HR6]

A política de emprego promove a contratação fixa versus a temporária, procurando ambientes estáveis e uma relação de trabalho de continuidade.

	Mulheres	Homens
Diretores	38,6%	61,4%
Novas incorporações	56,9%	43,1%
Idade média	39,5	40,4
Antiguidade média	8,6	9,6
Contrato indefinido	96,2%	96,9%
Rotatividade indesejada	9,5%	8,1%



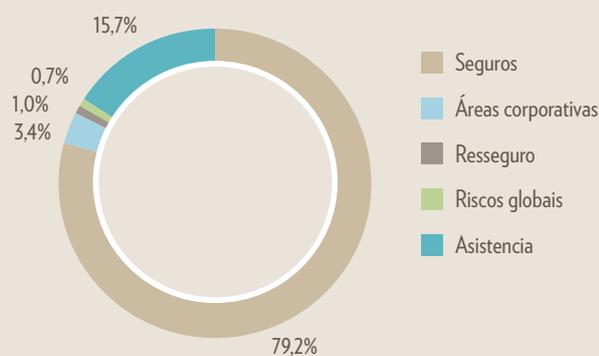
Quadro dezembro 2016

37.020

Quadro médio ano 2016

37.763

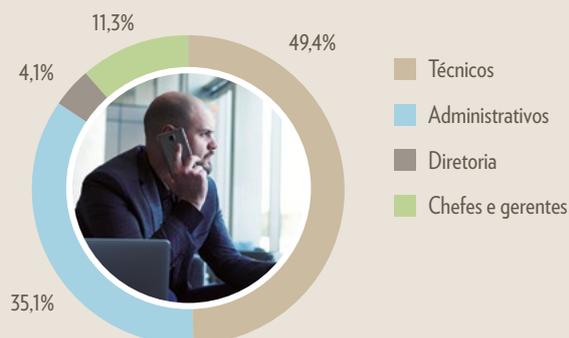
Quadro por linha de negócio



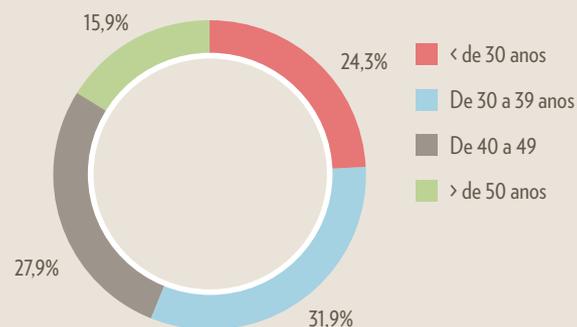
Quadro por país



Quadro por nível de posto



Quadro por idade





Claves

Na MAPFRE trabalham
37.020 funcionários

A média de idade dos funcionários é de
40 anos e a antiguidade média é de
9,1 anos

A percentagem de contratação fixa no ano
de 2016 foi de
96,5%

A rotatividade não desejada mantém-se similar
à de outros anos, quer dizer, em níveis conside-
rados pela companhia como baixos.

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

ALTAS POR MOTIVO	2016	2015
Fusão ou aquisição	0	1.589
Captação externa	5.987	6.330 ⁽¹⁾
Reincorporação de licenças	156	127
Reincorporação do exterior	8	16
Mudanças de empresa	1.142	540 ⁽¹⁾

⁽¹⁾ Em 2015, os dados de captação externa incluíam os dados relativos a mudanças de empresa. Este ano são exibidos desagregados em diferentes rubricas. As informações de 2015 foram verificadas.

BAIXAS POR MOTIVO	2016	2015
Alienações	24	6
Voluntárias	3.341	3.562
Demissões	3.878	2.916 ⁽²⁾
Licenças	194	156
Aposentadorias	67	77
Aposentadorias precoces	19	4
Falecimentos	19	21
Invalidez	24	25
Mudanças de empresa	1.111	483 ⁽²⁾

⁽²⁾ Em 2015, os dados sobre demissões incluíam os dados relativos a mudanças de empresa. Este ano são exibidos desagregados em diferentes rubricas. As informações de 2015 foram verificadas.

I. Aspectos transversais na gestão: a diversidade

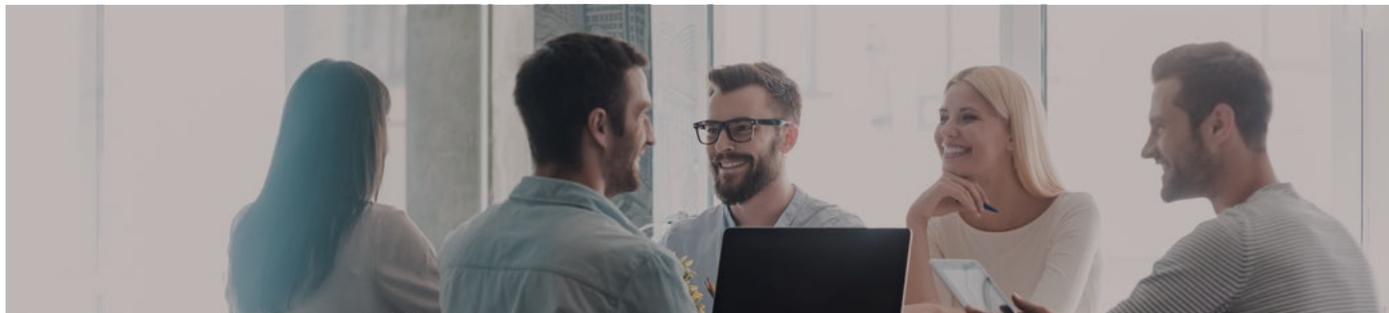
[G4-EC6; LA12]

A MAPFRE conta com uma política de Diversidade e Igualdade de Oportunidades, aprovada em 2015 pelo Conselho de Administração, que é baseada no respeito à individualidade das pessoas, no reconhecimento de sua heterogeneidade e na eliminação de qualquer comportamento discriminatório e de exclusão.

Além disso, estabelece os princípios gerais de atuação do Grupo nesta matéria, que são:

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 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 e familiar e pessoal e demais condições profissionais.

Para desenvolver estes princípios, a MAPFRE assume oito compromissos concretos:



1. Desenvolver o princípio de igualdade de oportunidades, estabelecendo as medidas e ações necessárias para alcançar a igualdade real de tratamento e de oportunidades entre todos os profissionais e evitar situações de discriminação, tanto direta como indireta, em todos os níveis da organização.

O respeito pela diversidade e o princípio de igualdade de oportunidades devem estar presentes nos processos de gestão de pessoas, tais como acesso ao emprego, promoção e desenvolvimento profissional, remuneração, formação, avaliação do desempenho e comunicação.

2. Estabelecer planos de atuação que promovam a igualdade efetiva de sexos, garantindo o desenvolvimento profissional em igualdade de oportunidades.

3. Criar planos de integração para outros grupos específicos, especialmente o de pessoas com deficiência.

4. Promover entre os profissionais o conhecimento das diferentes culturas e formas de fazer as coisas dos países onde a empresa desenvolve sua atividade.

5. Impulsionar a mobilidade geográfica e a aprendizagem de idiomas de seus profissionais para incrementar sua multiculturalidade.

6. Facilitar a colaboração de pessoas de diversas gerações para que todos possam fazer contribuições e enriquecer o trabalho com suas diferentes perspectivas.

7. Fazer com que toda a organização se comprometa com a diversidade, tanto nas relações entre os funcionários, independentemente de sua posição na empresa, como nas relações dos funcionários com clientes, fornecedores, colaboradores e demais grupos de interesse.

8. Informar a todos os membros do quadro sobre a política de diversidade e seu compromisso com esta matéria.

É por isso que a diversidade é uma das linhas de trabalho transversais na gestão dos recursos humanos e está presente nas políticas e processos que desenvolve:

DIVERSIDADE DE GÊNERO

[G4- LA10]

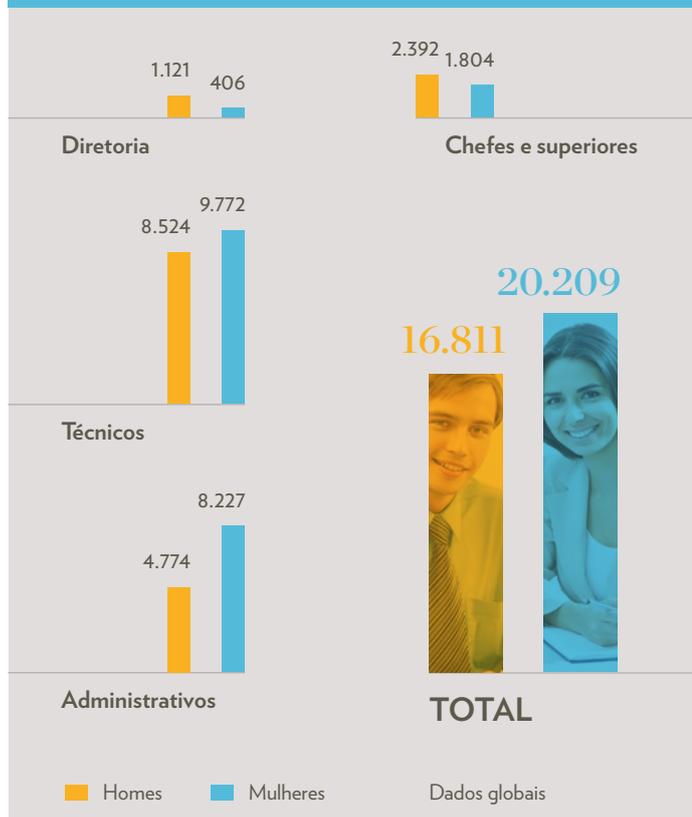
A MAPFRE assume o compromisso de contar com 40% dos postos de diretoria e chefia ocupados por mulheres em 2018.

Para isso foi desenvolvido um marco de atuação global em matéria de diversidade de gênero, que estabelece as linhas de trabalho básicas a partir das quais 27 países elaboraram seus planos locais.

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



Funcionários por gênero e nível de cargo



Neste exercício:

56,9%

das novas incorporações ao quadro foram mulheres.

38,6%

dos funcionários com postos de trabalho de nível de diretoria/chefia são mulheres, e essa porcentagem aumentou 8,7 por cento nos 3 últimos anos.

54 mulheres

ocupam postos da diretoria executiva ou postos em Conselhos de Administração. O Conselho de Administração da MAPFRE S.A. conta com quatro mulheres entre seus membros, o que representa

27% dos membros.

12%

dos funcionários em postos de nível diretoria/chefia considerados "Top Management" são mulheres, bem como

40% por cento dos postos de comando considerados "Junior Management".

DIVERSIDADE FUNCIONAL: PROGRAMA GLOBAL DE DEFICIÊNCIA

Em 2016, a MAPFRE assumiu o compromisso de que até 2018, 2% do quadro esteja integrado por pessoas com deficiência.

Foi desenvolvido um marco de atuação global em matéria de diversidade funcional, que estabelece as linhas de atuação básicas com as quais 28 países elaboraram seus planos locais.

As principais atuações em matéria de deficiência foram as seguintes:



Atuações de sensibilização para gerar uma cultura sensível a deficiência

- Início do curso e-learning global sobre deficiência, com a participação de **10.533** funcionários.
- **108** atividades de voluntariado destinadas a portadores de deficiência
- **12** palestras e atividades de sensibilização nos programas formativos de desenvolvimento.
- **68** notícias na intranet e divulgação de estudos realizados pela Fundación MAPFRE

Ações para melhorar a qualidade de vida

- Existe um procedimento de atendimento personalizado a funcionários portadores de deficiência.
- 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.

Atuações de integração no trabalho

Direto na MAPFRE:

- Em 2016 foram incorporadas ao quadro **67** pessoas com deficiência.
- No MAPFRE trabalham atualmente **518** pessoas com deficiência em **25** países.

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	Nº DE PORTADORES DE DEFICIÊNCIA
ÁREAS CORPORATIVAS E SERVIÇOS CENTRAIS (SSCC) ¹	23
IBÉRIA	116
LATAM	227
INTERNACIONAL	147
RESSEGURO	5

(1). Servicios centrales (SSCC)

- **9** pessoas com deficiência realizaram práticas na MAPFRE.
- Doações no valor de **725.355,74** euros.
- Promoção de emprego indireto através de contratações com centros especiais de emprego ou empresas de similares características no valor de **258.910,65** euros.

+ *Promovemos a diversidade*

DIVERSIDADE CULTURAL

Na MAPFRE trabalham 37.020 funcionários de 78 nacionalidades, o que fornece uma grande diversidade cultural ao grupo e proporciona o talento necessário para o negócio.

Nas Áreas Corporativas, há 1.650 funcionários de 34 nacionalidades.

No grupo é promovida a mobilidade internacional, que em 2016 possibilitou que 105 funcionários mudassem seu posto de trabalho para outro país.

78,2 por cento dos funcionários da Diretoria Executiva e diretores que trabalham nas empresas do Grupo são nativos do país no qual desenvolvem sua atividade.

Está sendo desenvolvido um espaço na Intranet Corporativa, que incluirá, entre outras informações, conteúdos culturais dos países onde a MAPFRE está presente, que pretendem ajudar os funcionários a interagir com colega de outras culturas e contar com informação de natureza diversa que podem considerar interessante quando viajam para outro país, seja por motivos de trabalho ou pessoais.

DIVERSIDADE GERACIONAL

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



A MAPFRE continua a incentivar os programas de trainees iniciados em 2015 para estimular o talento jovem, incorporando 22 jovens de 4 nacionalidades (Espanha, China, Romênia e Turquia). Em 2016 foram incorporadas nesses programas 35 pessoas na Espanha e 6 em LATAM NORTE.

II. Linhas principais na gestão de recursos humanos: desenvolvimento profissional, flexibilidade e agilidade, e experiência do funcionário

II.1. Desenvolvimento profissional

[G4 - LA9-11]

A MAPFRE promove as oportunidades de desenvolvimento profissional de seus funcionários através de programas e planos de desenvolvimento, itinerários formativos, planos de carreira e mobilidade interna.

A fim de garantir que as necessidades do negócio sejam satisfeitas de forma rigorosa e em cumprimento dos padrões requeridos, foi elaborada a política de Promoção, Seleção e Mobilidade na qual se estabelecem as principais diretrizes para contar com os profissionais mais adequados, reafirmando que a promoção, seleção e mobilidade devem estar cobertas pelos princípios de igualdade de oportunidades e não discriminação, transparência, equidade e reconhecimento.

Para garantir essa transparência e fornecer os meios para que o funcionário possa fomentar seu desenvolvimento de forma proativa, a MAPFRE homologou suas estruturas e seus postos de trabalho em nível global e dentro do processo de mobilidade e contratação foram globalizados os testes de seleção.

GESTÃO DO TALENTO

Está sendo desenvolvida em nível global uma iniciativa de gestão do talento, cujo principal objetivo é identificar profissionais capazes de desenvolver a estratégia da empresa em qualquer lugar do mundo e a qualquer momento. Todos eles estão integrados em uma base de dados global chamada MAPFRE Global Talent Network.

Para isso foi elaborado e implementado um projeto que conta com três fases, uma ferramenta tecnológica global e um processo estratégico.

1. Identificação de necessidades e perfis estratégicos:

A MAPFRE definiu uma metodologia única em nível global para definir e categorizar as necessidades estratégicas da organização, determinando seu grau de impacto e criticidade no negócio. Durante o ano 2016 foi identificado 80% dos perfis estratégicos em nível global.

2. **Identificação e avaliação de funcionários:** foi elaborada e implantada uma metodologia de avaliação rigorosa e homogênea em nível global. O objetivo é contar no ano 2017 com 4.000 funcionários na MAPFRE Global Talent Network.

3. **Planos de Desenvolvimento individual:** com o objetivo de garantir a cobertura desses perfis, são elaborados para os funcionários planos de desenvolvimento em função de suas necessidades, os quais combinam formação, compensação, mobilidade e reconhecimento.

Captação externa de talento

No ano 2016, foi lançado o projeto e-recruitment através do LinkedIn. Para potencializar o recrutamento através das redes sociais, unificaram-se os espaços da MAPFRE no LinkedIn e foi lançado um único perfil com um espaço de emprego adaptado de acordo com o idioma e os níveis de experiência profissional. Desde que esta nova via de seleção foi ativada em março de 2016, 425 ofertas foram publicadas e o número de seguidores aumentou de 60.088 para 87.895.

Na Espanha, foi assinado um acordo com o Recruiting Erasmus, um programa cujo objetivo é facilitar o contato entre as empresas.

Talento jovem

No marco do plano global de Bolsistas da MAPFRE Cresce Conosco, a empresa conta com 391 acordos com universidades, escolas de negócio e instituições universitárias em nível global, por meio dos quais durante o ano 2016 foram incorporados 1.108 alunos para realizar práticas em diversas áreas da organização.

Outra forma específica de captação do talento jovem são os programas trainees, cujo principal objetivo é a incorporação de recém-formados, com um alto nível de preparação e que cumpram com critérios muito exigentes de alto potencial. Os processos de incorporação incluem programas de formação intensivos (tanto na sala de aula, como on-line e durante o trabalho) que fomentam sua integração e compromisso com a MAPFRE e que permitem que possam fornecer sua capacidade ao negócio em períodos de tempo mais curtos.

No ano 2016, foi desenvolvido o primeiro programa de trainee específico por função, neste caso Atuarial, por meio do qual foram incorporados simultaneamente 9 atuários na Espanha e outros seis mais na Área Regional Latam Norte.

No ano 2016, foram incorporados 14 jovens em um programa de trainee específico na MAPFRE GLOBAL RISKS.

Na Espanha, graças ao programa Simbiose, 12 pessoas foram incorporadas à empresa.

MOBILIDADE INTERNA E PROMOÇÃO [G4-LA10]

A mobilidade interna, tanto nacional como internacional, contribui para o desenvolvimento e crescimento profissional e pessoal dos funcionários. Por isso, para a MAPFRE é a principal ferramenta de promoção e desenvolvimento.

No ano 2016, das 5.782 vagas publicadas, 1.766 foram cobertas por mobilidade interna e 54,8 por cento representou uma promoção e foi alcançada uma percentagem de mobilidade funcional de 10,6 por cento do quadro, representando 4.004 funcionários.

No que diz respeito à mobilidade geográfica, por meio das diferentes modalidades de mobilidade (carreiras internacionais, mobilidade interna internacional, transferências temporárias e diferentes projetos de contratação de talento jovem para desenvolvimento internacional), 22 países conseguiram contar com profissionais de outros 21 países.

Atualmente, há 264 diretores e funcionários trabalhando fora do seu país de origem.

Além disso, a MAPFRE organiza projetos de Força-tarefa que têm como objetivo transmitir conhecimento, experiência e cultura. Contam com um protocolo específico de seleção, formação, reconhecimento, remuneração e atribuição 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, fomentando, por meio de deslocamentos temporários, o desenvolvimento de funcionários, o incremento da empregabilidade e o desenvolvimento de habilidades globais graças à experiência internacional. Em função desta Força-tarefa, ocorreu a mobilidade de 37 pessoas.

FORMAÇÃO (SENDAS DO CONHECIMENTO)

Universidade Corporativa, Escolas Técnicas de conhecimento.

O conhecimento na MAPFRE é implementado através de escolas e aulas da Universidade Corporativa e também está acessível on-line através do eCampus MAPFRE, que tem 700 programas formativos online e mais de 50.000 usuários.

A Universidade conta atualmente com 11 escolas técnicas de conhecimento e com Escolas transversais, como a escola de Desenvolvimento Profissional, a de Liderança e a de Cultura, Valores e idiomas. Também conta com um espaço destinado à Inovação: Innolab.

Durante o exercício 2016, lançaram-se novas aulas e escolas associadas a objetivos específicos de negócio:

- Aula de Investimentos
- Aula de Vida
- Aula de Negócio Digital

Em 2016 foram realizados mais de 35 programas formadores globais com mais de 75.000 alunos. Estes encontros favorecem o compartilhamento de conhecimento técnico, cultura e valores entre profissionais da MAPFRE de distintos países.

Entre os novos programas de formação global destacados, desenvolvidos em 2016, se destacam:

- Programa Global de Vida, do qual participaram 32 funcionários de 18 países.
- Value Investing Program, com 28 profissionais de 6 países.
- Programa Global de Marketing Digital e Experiência Digital do Cliente, com 263 funcionários de 24 países.
- Gestão de Riscos de Entidades Seguradoras (GRE), do qual participaram 31 funcionários de 11 países, destes, 24 passaram com sucesso no exame de certificação.
- Programa para Innoagentes, do qual participaram 59 funcionários, cuja função é fomentar a cultura de inovação na empresa.

Itinerários formativos

Em 2016, foi desenvolvida a iniciativa Sendas do Conhecimento, que tem como objetivo identificar os conhecimentos necessários para desenvolver cada uma das funções que configuram o mapa de funções da MAPFRE, bem como os recursos formativos associados a esses conhecimentos.

A partir dos conhecimentos são elaborados os itinerários formativos por posto, que contribuem para potencializar o desenvolvimento dos funcionários da MAPFRE.

Gestão do conhecimento

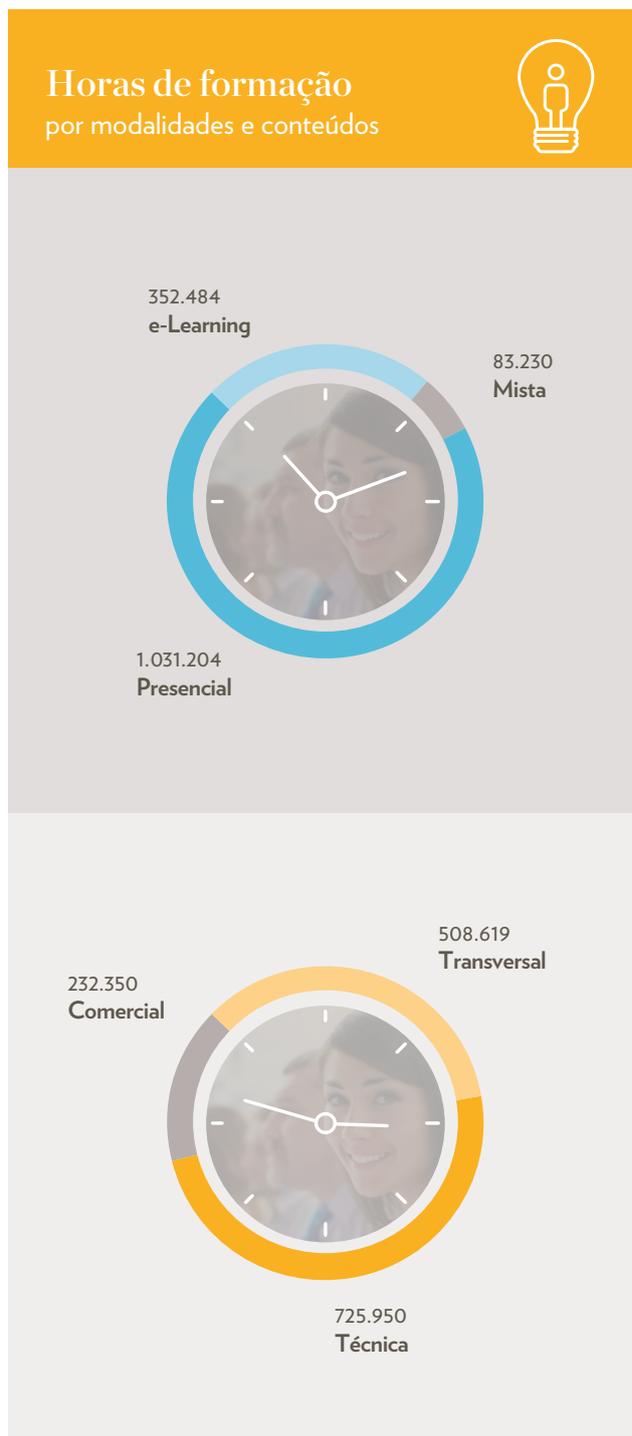
Em 2016, foram estabelecidas as bases do projeto Gestão do Conhecimento, que permitirá aos funcionários acessar o conhecimento e compartilhá-lo, trabalhando de maneira colaborativa.

O principal objetivo dessa iniciativa é desenhar o processo para localizar, conservar e compartilhar o conhecimento entre os funcionários da MAPFRE, deixando-o à disposição e fomentando a cultura de colaboração, tudo isso através da Intranet corporativa. O conhecimento da MAPFRE estará etiquetado e contará com um sistema de pesquisa que permitirá aos funcionários acessar as informações requeridas.

Investimento em formação

No ano de 2016 foram investidos 18,4 milhões de euros em treinamento, valor que representa 1,2 por cento do valor das remunerações.

99,3 por cento dos funcionários receberam formação no ano 2016.





DESEMPENHO [G4-LA10, LA11]

A Avaliação do Desempenho é a ferramenta de medição e desenvolvimento das pessoas, mediante a qual a MAPFRE:

- Valoriza e reconhece objetivamente a contribuição individual de cada funcionário em relação aos objetivos da MAPFRE.
- Reconhece o mérito individual.
- Identifica o talento interno.
- Conhece as fortalezas e áreas de desenvolvimento dos funcionários.

Este processo permite aos funcionários conhecer seus objetivos e receber feedback contínuo sobre como estão desenvolvendo seu trabalho, e melhorar a comunicação com seu responsável, acordando com ele um plano de ação com foco no seu desenvolvimento profissional.

Além disso, contribui para o desenvolvimento da equipe e o alinha com a estratégia de negócio.

Durante 2016, foram avaliados 30.762 funcionários, 83,1% do quadro.

Além disso, durante este ano a MAPFRE realizou a avaliação 180 graus em nível global, mediante a qual, 149 executivos do primeiro nível de direção em todo o mundo, foram avaliados tanto por seus responsáveis diretos (CEOS e/ou Diretores Gerais de cada entidade/país), como por suas equipes.

Durante este exercício, 1.243 pessoas de todas as áreas regionais, unidades de negócio e áreas corporativas, entre avaliados e avaliadores, participaram deste processo.

II.2 Flexibilidade e agilidade

COMPENSAÇÕES E RECONHECIMENTO [G4-54, 55; EC3, EC5; LA2]

A política de Remunerações tem como objetivo estabelecer remunerações adequadas de acordo com a função/posto de trabalho e seu desempenho, assim como atuar como um elemento motivador e de satisfação que permita alcançar os objetivos estabelecidos e cumprir com a estratégia da empresa. Para isso, a empresa avaliou os postos de trabalho em função de sua criticidade em relação aos resultados da empresa, e estabelece as compensações segundo esta avaliação e segundo os resultados da avaliação do desempenho.

Esta política promove, do mesmo modo, uma gestão do risco adequada e eficaz, desencorajando os riscos que ultrapassem os limites de tolerância da entidade, bem como os conflitos de interesse. Para isso, são estabelecidos sistemas de controle de risco excepcionais para 190 funcionários, -que correspondem com o pessoal que exerce a alta diretoria sob a dependência direta do órgão de administração, de comissões executivas ou de conselheiros delegados dele-, e pessoas que desenvolvem funções-chave ou cuja atividade profissional incide de forma significativa sobre o perfil de risco. Desta forma, cumpre-se com as normas internacionais de gestão de riscos.

No exercício de 2016, foram pagos 1.611 milhões de Euros em remunerações. 70,2 por cento dessa quantia corresponde à remuneração fixa e variável; 13,5 por cento a cotizações para os seguros sociais; 11,4 por cento a benefícios sociais; e 4,9 por cento a indenizações e outros complementos. A porcentagem de retribuição variável sobre retribuição fixa do Grupo representa 22,6 por cento.

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

Vem aumentando o número de funcionários com remuneração variável vinculada aos objetivos da empresa e seu peso na remuneração fixa. Do mesmo modo, foram estabelecidas as percentagens ideais que devem representar a remuneração variável sobre a remuneração fixa para cada nível de posto.

NÍVEL DE POSTO	% remuneração variável sobre remuneração fixa
Diretores	40%
Chefes e superiores	30%
Técnicos	20%
Administrativos	10%

A MAPFRE conta com programas de remuneração de longo prazo e incentivos plurianuais em nível global para mais de 200 executivos com o objetivo de incrementar o envolvimento com a empresa em um contexto de novos desafios, contribuindo assim para uma continuidade necessária nos planos de negócio.

O incremento salarial é praticado anualmente de acordo com os seguintes parâmetros:

- o estabelecido na normativa e nas convenções locais.
- as faixas salariais por posto (que foram definidas partindo da avaliação dos postos de trabalho e que garantem a equidade interna).

- atendendo aos dados de mercado, através da participação de pesquisas salariais por setor e por país, o qual fornece critérios de competitividade externa.

- o desempenho do funcionário, seu desenvolvimento profissional e as promoções obtidas na empresa.

Além disso, e como parte do compromisso da empresa de garantir a equidade interna nas compensações, com especial foco nas diferenças de gênero, foi analisada, através de diferentes proporções, a equidade das compensações em nível internacional.

Programas de reconhecimento

Na MAPFRE 12,9 por cento dos funcionários foram reconhecidos ao menos uma vez com um destes programas que distinguem o bom trabalho dos funcionários, suas ideias, sua colaboração social e seu envolvimento.

O reconhecimento informal do trabalho bem feito, de muitas maneiras (em público ou em privado, por e-mail ou por telefone, ou de qualquer outra forma), é bom, desde que contribuir para que a pessoa se sinta bem e reforce sua motivação e compromisso com a empresa.

Alguns dos programas formais de reconhecimento mais relevantes são:

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

- **Desafios:** reconhecimentos trimestrais por alcançar valores de comercialização de determinados produtos com diferentes prêmios, ou gratificações por diagnóstico, por detecção de fraudes, recuperações e perícias.

- **Programa de reconhecimento Ovation nos EUA:** reconhece o esforço dos funcionários que se destacam em compromisso, inovação, dedicação e conquistas.

- **Prêmios LEAN de tecnologia:** galardões para as melhores iniciativas a fim de incrementar a qualidade e reduzir o tempo de produção e o custo.

- **Reconhecimento aos funcionários em seu aniversário na empresa através de uma carta.** Quando um funcionário atinge 25 anos de antiguidade, é realizada uma comemoração e ele recebe um prêmio em dinheiro.

- **Embaixada do clima:** foi criado um espaço denominado “Reconhecimentos”, onde de maneira voluntária qualquer

funcionário pode agradecer e reconhecer, mediante comentários, o trabalho de um colega ou equipe.

FLEXIBILIDAD DE HORARIOS Y CONCILIACIÓN

Tempo de trabalho

O objetivo da empresa é fomentar a cultura de trabalho em equipe.

12.916 funcionários contam com horário flexível e com o fim de avançar em um modelo de trabalho mais flexível, durante o ano de 2016 foram incrementadas as medidas de flexibilidade na MAPFRE RE, MAPFRE GLOBAL RISKS, MAPFRE BRASIL e MAPFRE MÉXICO.

Está previsto que outras empresas do Grupo vão se somando paulatinamente a esta iniciativa.

O quadro a seguir indica o número de funcionários que, em 2016, foram beneficiados com algumas das medidas de conciliação relacionadas ao tempo de trabalho.

MEDIDAS DE CONCILIAÇÃO DE VIDA PROFISSIONAL E PESSOAL	N.º DE FUNCIONÁRIOS BENEFICIADOS
Horário de trabalho flexível	12.916
Trabalho em tempo parcial	1.477
Jornada de trabalho reduzida	3.561
Trabalho remoto	241
Licenças remuneradas e não remuneradas	13.904
Licenças por motivos pessoais ou estudos	537
Programa de integração de funcionários depois de uma licença de longa duração	346



(0,2,1)

Benefícios Sociais

Para facilitar o bem-estar e a conciliação da vida profissional e pessoal dos funcionários, a MAPFRE oferece uma ampla série de benefícios sociais. Na tabela a seguir são mostrados os principais 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	92,0
	Sistemas de Previdência Social/Seguro de Vida	97,5
	Bonificações em seguros	68,6
	Prêmio de permanência na empresa	23,2
	Auxílio escolar para filhos	41,7
	Prêmio de natalidade	8,9
	Empréstimos	20,2

Todos os benefícios são oferecidos aos funcionários, independentemente de o contrato ser permanente ou temporário. O valor destinado em 2016 a benefícios sociais foi de 183,9 milhões de euros.

Também é oferecido apoio aos funcionários para situações especiais, normalmente originárias de problemas de saúde. Em 2016, o valor deste apoio subiu para 501.224,26 euros. Do mesmo modo, foi concedido apoio econômico a funcionários aposentados no valor de 389.191,03 euros.

Intranet

O objetivo da empresa é fomentar a cultura de trabalho em equipe, facilitando a colaboração entre profissionais, em qualquer lugar do mundo no qual a MAPFRE desenvolver sua atividade. Desta maneira, trabalhando de forma colaborativa,

por projetos e por objetivos, contribui-se também a compartilhar o conhecimento e o talento interno.

Em 2016 começou a operar uma nova Intranet global, que além de ser um dos canais de comunicação mais importantes, pretende tornar-se uma ferramenta fundamental para o trabalho.

A Intranet é um espaço pensado para os funcionários, destinado a compartilhar conteúdos e conhecimentos globais e a projetar uma nova forma de trabalhar, já que incorpora ferramentas colaborativas que facilitam o trabalho coletivo.

A nova Intranet oferece:

- Visão global: todos os funcionários compartilham um mesmo espaço de conteúdo e conhecimento, com uma imagem comum.
- Colaboração e gestão do conhecimento: oferece um espaço de colaboração que facilita uma nova forma de trabalhar.
- Riqueza cultural: aproveita as sinergias da diversidade de regiões e países.
- Quebra barreiras: permite uma comunicação multidirecional e multi-idioma.
- Trabalho em equipe: criação de espaços de trabalho virtuais.

Atualmente, a Intranet está estruturada da seguinte maneira:

Espaço Global: inclui as informações corporativas, com notícias, conteúdos relevantes da empresa, como responsabilidade social corporativa, meio ambiente, segurança, inovação, políticas e normas, e o Espaço de Marca, dedicado à imagem e identidade da empresa.

Pessoas: oferece a atualidade de recursos humanos, através das notícias, seus principais projetos e seus conteúdos em dois âmbitos: global -publicado nos idiomas corporativos: espanhol, inglês e português- e local, este último específico para cada país ou entidade, e no idioma do país.

Além disso, inclui também uma caixa de mensagens específica para sugestões, cujo objetivo é a participação dos funcionários no desenvolvimento deste espaço.

II.3 EXPERIÊNCIA FUNCIONÁRIO (Compromisso e Bem-estar)

As políticas de recursos humanos da MAPFRE têm como principais objetivos potencializar o compromisso dos

funcionários com a empresa, transmitir a cultura e os valores da MAPFRE e estabelecer o marco para a elaboração e a implantação de projetos que contribuam para o desenvolvimento pessoal e profissional dos funcionários. Procura-se que os procedimentos e práticas em matéria de RH, destinados à gestão de pessoas, também contribuam na construção de experiências positivas para o funcionário.

A MAPFRE promove ações para fazer com que os trabalhadores participem tanto dos objetivos estratégicos da empresa como de seu compromisso social. Procura que o comportamento de todos os funcionários esteja baseado nos seguintes aspectos: respeito mútuo, compromisso com o trabalho e com a empresa, responsabilidade de desempenhar o trabalho da melhor forma possível, solidariedade e cooperação com os colegas e a sociedade, integridade e respeito à legalidade.

Com o objetivo de potencializar estes valores, a MAPFRE, através da escola de Cultura e Políticas Globais, oferece diversos programas formativos e de sensibilização em matéria de Código Ético e de Comportamento, RSC, Igualdade de Gênero e Deficiência. Em 2016, participaram destes programas 13.032 funcionários.

COMUNICAÇÃO

Mantém-se um diálogo permanente com os funcionários e seus representantes, informando a eles sobre os aspectos relevantes para o desenvolvimento do negócio e escutando suas opiniões (isto já estava no ano passado no item de comunicação). Intensificou-se a comunicação interna e foram realizados também importantes avanços na comunicação da estratégia aos funcionários do Grupo.

Principais canais de comunicação e relação com os funcionários:



Intranet

- Ver página 78.

Revistas internas

- “El Mundo de MAPFRE”, revista global para todos os funcionários no mundo, e as revistas internas editadas nos diversos países nos quais o Grupo está presente.

Outros recursos e ferramentas

Caixas de mensagem, pesquisas, blogs e fóruns, que permitem que os trabalhadores transmitam seus comentários e sugestões, e que a empresa lhes responda. Durante o ano 2016 foram realizadas pesquisas sobre o grau de conhecimento da Estratégia na organização e a satisfação dos funcionários em relação à comunicação da mesma; sobre a gestão da Responsabilidade Social Corporativa na MAPFRE, bem como uma pesquisa enquadrada no Plano de Transparência Ativa onde se perguntou aos funcionários os aspectos que consideram que as empresas transparentes devem cumprir, e eles foram convidados a avaliar esses aspectos na MAPFRE.

- Sistemas para avaliar os artigos na edição digital da revista corporativa El Mundo de MAPFRE, a fim de que os funcionários deem sua opinião sobre os artigos que mais lhes interessam.



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 disso, conta com mecanismos de diálogo permanente com seus representantes sindicais e reconhece a representação sindical como grupo de interesse. Na empresa há um total de 487 representantes legais dos trabalhadores, sendo de 35 por cento a percentagem do quadro representada.

Em 2016, foram realizadas 241 reuniões com os representantes legais dos trabalhadores e foram assinados 47 acordos.

Além disso, 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 (102.975 em 2016) e subvenções para o desenvolvimento das suas atividades (81.398 euros em 2016).

Na MAPFRE, há 20.109 funcionários com cobertura de convenções coletivas em 23 países, o que significa que 54,3 por cento do quadro de funcionários está representado.

Além disso, a MAPFRE assume um modelo de prevenção no qual os trabalhadores podem participar ativamente de tudo aquilo que possa afetar sua segurança e saúde no trabalho, sendo que, para tanto, dispõe das formas representativas estabelecidas legalmente. Um total de 30.129 funcionários, 81,4% 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.

BEM-ESTAR E SAÚDE

MAPFRE cuenta con una política de Salud y Bienestar y Prevención de Riesgos Laborales, cuyos principios generales son:

1. Atingir um ambiente de trabalho saudável e de bem-estar que permita a todos os funcionários desenvolver seu trabalho nas melhores condições físicas, psíquicas e sociais.
2. Alcançar um nível ótimo na segurança no trabalho além do mero cumprimento da normativa em matéria de prevenção de riscos no trabalho.

O modelo de Empresa Saudável da MAPFRE está criado de acordo com as atuais diretrizes internacionais -Rede Europeia de Promoção da saúde no trabalho (ENWHP) e OMS- e baseado em um processo de melhoria contínua.

O modelo de Empresa Saudável é um modelo holístico, centrado na pessoa, entidade indivisível, em torno da qual são configurados 4 âmbitos de atuação.



Promoção da saúde

- Prevenção de doenças não transmissíveis geneticamente (câncer, doenças cardiovasculares e outras).
- Avaliações médicas periódicas.
- Campanhas de saúde.
- Assessoria médica.

177 atividades

24
países

Atividade física e alimentação

- Hábitos de alimentação saudável, promoção de campanhas.
- Alimentação saudável em centros de trabalho (cafeteria, máquinas de venda automática).
- Informações e recomendações sobre os benefícios da atividade física.
- Promoção de atividades esportivas.

131 atividades

Ambiente de trabalho

- Realização de avaliações de riscos em locais, instalações e postos de trabalho.
- Formação e informação dos funcionários sobre os riscos do trabalho.
- Estudos epidemiológicos e de sinistralidade. Prevenção de acidentes de trabalho.
- Medidas de emergência.

42 atividades

Bem-estar mental

- Gestão do estresse.
- Apoio psicológico.
- Técnicas de eficácia pessoal.
- Pausa.

31 atividades

Contexto pessoal

- Ambiente familiar.
- Escola de pais.
- Mulher, Trabalho e Saúde.
- Envelhecimento.
- Prevenção de acidentes domésticos.

66 atividades

Os funcionários recebem todos os anos formação em matéria de saúde e hábitos saudáveis, tendo sido dedicadas um total de 45.881,40 horas em formação específica em saúde e bem-estar em 2016.

Cabe destacar a campanha a destinada a informar e conscientizar sobre a prevenção e detecção precoce do câncer de mama que este ano foi realizada em 22 países, com um alcance de 28.535 funcionários.

Entre 30 de maio e 3 de junho ocorreu a Semana MAPFRE: Objetivo Saúde, uma iniciativa internacional cujo objetivo é promover hábitos de vida saudáveis e fomentar o encontro e a participação dos funcionários.

Durante uma semana foi proposta aos funcionários uma oferta variada de atividades desenvolvendo o modelo de empresa saudável e que têm como objetivo a promoção de todo tipo de atividades esportivas e familiares orientadas à saúde e ao bem-estar dos funcionários e suas famílias.

No seguinte quadro são resumidos os principais resultados deste evento que envolveu mais de 85 por cento do quadro.

85,60%
do quadro



Nº DE FUNCIONÁRIOS	
Espanha	10.974
Brasil	7.315
LATAM Sul	4.331
Argentina Colômbia	Paraguai Peru
LATAM Norte	3.225
Costa Rica México Nicarágua	Panamá Honduras República Dominicana
EMEA	2.055
Alemanha Malta Turquia	
América do Norte	3.861
EUA Porto Rico	
APAC	1.113
Austrália China Filipinas	Índia Indonésia Japão Taiwan

Com relação à comunicação, a revista El Mundo de MAPFRE publicou, em 2016, os seguintes artigos na seção Estar Bien: "A felicidade. Pautas para ser feliz"; "Os perigos da automedicação irresponsável"; "Reduzir horas de sono, uma opção que não devemos considerar"; "A amamentação materna, sempre aconselhável" e "Os benefícios da solidariedade.

Ambiente de trabalho

[G4-LA3, G4-LA6, LA5, LA7, LA8]

De acordo com este modelo, a MAPFRE incentiva medidas para melhorar o ambiente de trabalho no seu sentido mais amplo para ser uma empresa promotora de saúde entre os funcionários.



AMBIENTE DE TRABALHO

Espanha	<ul style="list-style-type: none"> – 67 Avaliações de riscos do trabalho: segurança, higiene e ergonomia, psicossociais e planejamento de ações preventivas. – Deu-se formação e informação em PRL a 5.341 funcionários, com um total de 30.933 horas. – 5.552 Reconhecimentos médicos de empresa iniciais, periódicos e de retorno – Assistência a funcionários em situação de incapacidade temporária.
Brasil	<ul style="list-style-type: none"> – Avaliações de riscos do trabalho: segurança, higiene e ergonomia. – 3.700 reconhecimentos médicos de empresa. – 16 estudos epidemiológicos
Colômbia	<ul style="list-style-type: none"> – 20 avaliações de riscos de trabalho e 1 Avaliação de riscos psicossociais. – 564 horas de treinamento e informação sobre PRL. – 4 estudos epidemiológicos e de sinistralidade. – 299 reconhecimentos médicos de empresa.
México	<ul style="list-style-type: none"> – 45 horas de treinamento e informação sobre PRL. – Foram realizados 2.304 reconhecimentos médicos de empresa. – É realizada prevenção de acidentes de trabalho e conta-se com medidas de emergência, primeiros socorros e planos de evacuação dos edifícios.
Outros países	<ul style="list-style-type: none"> – No Chile dispõem de um Plano de Emergência "O que fazer em caso de Acidentes". – No Peru, a entrega de um Kit contra a radiação solar (óculos, bloqueador solar, gorro e camisa de manga longa) aos trabalhadores expostos à radiação solar

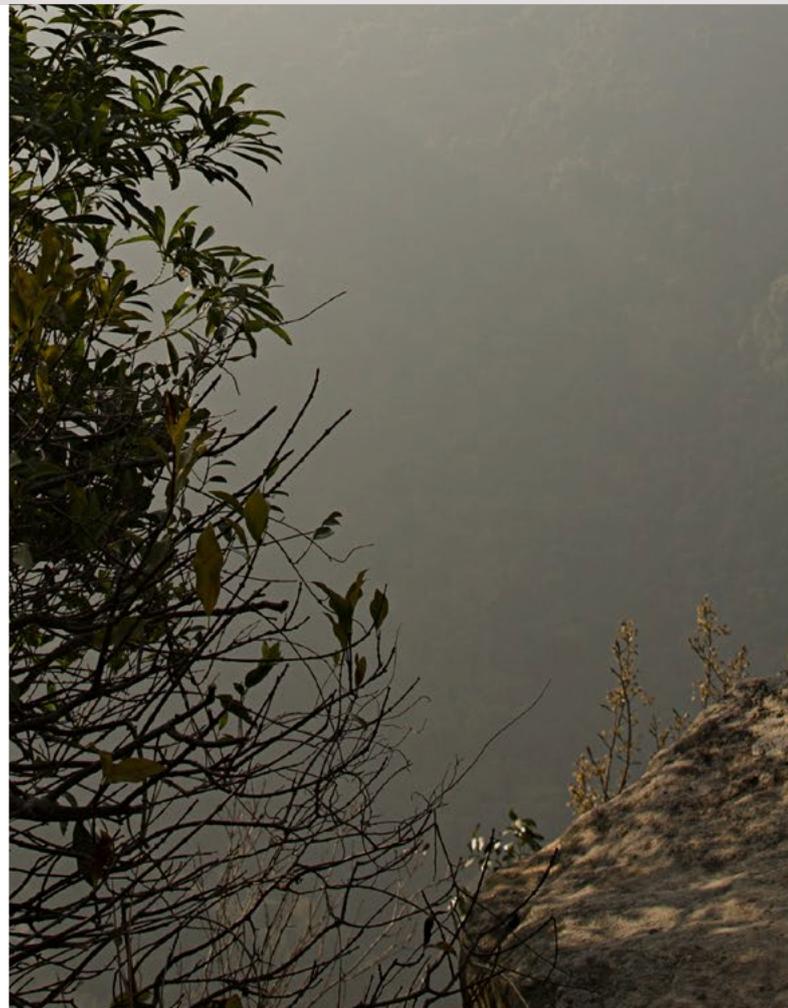
	2016		2015	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Número de acidentes de trabalho *	185	236	217	250
Número total de horas perdidas por ausência derivada de acidente fora do trabalho e doença comum	473.913	1.221.648	490.428	1.076.930
Número de horas perdidas por acidente no trabalho	33.310	43.954	34.543	29.106
Porcentagem de horas perdidas sobre o total de horas teóricas.	1,8	3,8	1,8	3,2

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

O número de licenças por maternidade no ano 2016 foi de 978 e o número de licenças por paternidade, 434. 79,1 por cento das mulheres e 97,9 por cento dos homens que gozam desta licença retornam ao trabalho.

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.



PROMOÇÃO DA SAÚDE

Espanha

- Semana MAPFRE Objetivo Saúde: 94 atividades de promoção da saúde.
- Campanha de Vacinação da Gripe: 885 vacinações
- Campanha de Vacinação do Tétano-difteria: 88 vacinações
- Campanhas de Saúde Osteomuscular "Higiene postural": 978 funcionários.
- Campanhas de doação de sangue ""Comparte VIDA, comparte CORAZÓN"" , com um total de 854 doações.
- 871 assessoramentos médicos a funcionários e 152 a familiares dos funcionários.
- 727 assessoramentos psicológicos a funcionários 32 a familiares dos funcionários.

Brasil

- 12 reuniões do Grupo de apoio para os funcionários sob tratamento de câncer.
- Saúde da mulher: Outubro rosa, vacina contra o VPH
- Novembro: Informação sobre a saúde masculina e realização de uma palestra sobre o câncer nos homens.
- Assessoramento psicológico a 14.258 funcionários e 568 familiares.

Colômbia

- Palestra Prevenção do câncer de mama - entrega de folheto autoexame,
- Campanha "Se o coração bate bem você vive bem "(Prevenção de riscos cardiovasculares)
- Protocolo Zika, campanha saúde oral, programa chikungunya, saúde visual, prevenção vida reprodutiva, prevenção drogas e álcool, segurança viária, ordem e higiene, e doação de sangue.
- 299 assessoramentos médicos aos funcionários.
- Semana da saúde: 7 atividades de promoção da saúde.

Estados Unidos

- Semana MAPFRE Objetivo Saúde: 4 atividades de promoção da saúde.

México

- Notisalud: Programa de notícias internas no qual mês a mês são revisados aspectos interessantes da saúde física, mental e social de cada indivíduo.
- 2.304 assessoramentos médicos aos funcionários.
- Semana MAPFRE Objetivo Saúde: 8 atividades de promoção da saúde.

Outros países

- Na Turquia, informação sobre câncer de colo uterino. As funcionárias que solicitaram foram vacinadas contra o câncer de colo uterino com motivo do Dia Mundial da Mulher, em 8 de março.
- Em Malta, promoção do uso da bicicleta para ir e voltar para o trabalho.
- Na Venezuela, atividades para conscientizar em relação ao Câncer de Mama. Arrecadação de fundos para oferecer mamografias gratuitas a mulheres de escassos recursos.

Atividade física e alimentação

Os pilares de uma boa saúde são a atividade física e a alimentação. Por isso, se promove a realização de atividades esportivas entre os funcionários e se fornece informações sobre uma alimentação saudável, apetitosa e divertida. Além disso, realizaram-se, entre outras, as seguintes atividades:

ATIVIDADE FÍSICA E ALIMENTAÇÃO	
Espanha	<ul style="list-style-type: none">– Semana MAPFRE: 60 atividades relativas à atividade física e/ou alimentação.– Ginásio nos centros de trabalho de Sant Cugat del Vallés (Barcelona) e Majadahonda (Madri), no qual foram registadas 19.202 assistências.– Foram promovidas 28 atividades esportivas com um total de 1.737 participantes
Brasil	<ul style="list-style-type: none">– Consulta com Nutricionista.– Ações para fomentar a atividade física (ioga, pilates, e exercícios aeróbicos)
Colômbia	<ul style="list-style-type: none">– Nutrição saudável.– Semana da saúde: 4 atividades relativas à atividade física e/ou alimentação.– Dançaterapia-ioga.
Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none">– O Programa de Bem-estar Ready Set Go é personalizado a cada ano para promover ativamente e preservar a saúde e o bem-estar de nossos funcionários e suas famílias em temas de nutrição e exercício físico.– Jardim ecológico cultivado por voluntários com a ajuda do agricultor orgânico local.– Farmers Markets - Nos meses do verão, mercado para comprar frutas e verduras orgânicas cultivadas localmente.– Semana MAPFRE: 8 atividades relativas à atividade física e/ou alimentação.
México	<ul style="list-style-type: none">– Maratona Guadalupe-Reyes, Running Club e Corrida Autocompara.– 111 Consultas de um nutricionista.– Semana MAPFRE: 7 atividades relativas à atividade física e/ou alimentação.
Outros países	<ul style="list-style-type: none">– Na Nicarágua, a cada mês é realizada uma atividade esportiva (futebol) à qual os funcionários e seus familiares podem assistir.– Na República Dominicana, existe o “Programa Fique no seu Peso” que consiste em apoio nutricional individual e exercícios.– Em Porto Rico, promoção do exercício, cuidado dos valores normais de açúcar, pressão arterial, colesterol.

Bem-estar mental

Devido a que os riscos psicossociais e as doenças mentais são temas que cada vez têm mais impacto nas empresas e na sociedade em geral, a empresa considera que é um assunto que deve ser abordado. Por isso, são promovidas medidas que ajudem a administrar o estresse, a aprendizagem de comportamentos positivos ou ferramentas de eficácia pessoal, assim como temas relativos ao apoio psicológico de funcionários e familiares.

BEM-ESTAR MENTAL	
Espanha	<ul style="list-style-type: none"> – Apoio psicológico a problemas de trabalho/estresse através do Dpto. de Saúde e Bem-estar. 760 consultas. – 67 Avaliações de Riscos Psicossociais – Semana MAPFRE Objetivo Saúde: 12 atividades. – Cursos de assertividade, resolução de conflitos, comunicação, coaching executivo, escuta ativa, gestão das emoções ou inteligência emocional. Formaram-se mais de 4.000 funcionários, superando as 33.300 horas de formação.
Brasil	<ul style="list-style-type: none"> – Apoio psicológico e serviços sociais dentro da empresa e através de serviço telefônico.
Colômbia	<ul style="list-style-type: none"> – Aplicação da Bateria de Riscos Psicossociais: Esta ferramenta permite identificar o nível de estresse e diferentes fatores dentro e fora do trabalho para estabelecer as medidas para mitigar estes riscos. – Palestra “Anti-estresse” e “Cuidado Pessoal”.
Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> – Apoio aos funcionários que necessitam de ajuda psicológica ou que experimentam estresse em sua vida pessoal ou no trabalho. – O Programa de Assistência ao Funcionário oferece assessoramento profissional confidencial e gratuita a todos os funcionários e membros de suas famílias através do telefone ou página web, 24 horas por dia, 365 dias por ano. – Semana MAPFRE: 1 atividade relativa a bem-estar mental.
México	<ul style="list-style-type: none"> – Durante a semana da saúde, duas atividades relativas a bem-estar mental.
Outros países	<ul style="list-style-type: none"> – Em Porto Rico, cursos de e-learning para o manejo do estresse e o controle das emoções. Curso Gestão das Emoções, Programa de Apoio Emocional em casos de crise.



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	
Espanha	<ul style="list-style-type: none">Assessoramento em caso de problemas de saúde dos familiares de funcionários: 184.Na Semana MAPFRE: 26 atividades relativas ao ambiente pessoal.Através da Intranet, informação sobre Segurança Viária Infantil e para pessoas idosas, informação sobre prevenção de afogamentos e campanha destinada Médicos pela Segurança viária.Saúde da mulher: Procedimento de proteção da saúde das mulheres grávidas e em período de amamentação, Sala de amamentação em Majadahonda (Madri).
Brasil	<ul style="list-style-type: none">Programa sobre planejamento familiar, oficinas sobre gravidez e o cuidado do bebê e acompanhamento telefônico por profissionais da saúde desde a gestação até o retorno para o trabalho.Saúde da mulher: Outubro rosa, conferência sobre o câncer da mulher e vacina contra o VPH.Programa de Planejamento Financeiro, Qualidade de Vida e projeto de vida depois da aposentadoria.
Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none">Serviço de planejamento do funeral: Proporciona apoio e assistência à família.
México	<ul style="list-style-type: none">Foi realizada uma oficina de dependências destinada a crianças e adolescentes na Cidade do México, Guadalajara, Monterrey e Puebla.Semana de Prevenção de Incêndios
Outros países	<ul style="list-style-type: none">Na Argentina, Programa “Pequenas Visitas”. Um evento familiar onde os filhos de funcionários compartilharam junto com seus pais um dia no escritório e também colaboraram com um alimento não perecível, destinado a entidades benéficas através da Fundación MAPFRE.Em Porto Rico, sala de amamentação com acesso controlado e espaços privados. Dispõe-se de revistas relacionadas ao tema de bebês e pais.Na Turquia, sala de amamentação.

Atividades sociais para os funcionários:

As principais atividades realizadas são as seguintes:

Atividades esportivas: corridas, partidas 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.

No ano de 2016, desenvolveram-se 430 atividades sociais com 49.848 participações de funcionários e familiares.

CLIMA ORGANIZACIONAL E REPUTAÇÃO INTERNA

Durante o ano 2016 foi realizada a pesquisa Great Place to Work (GPTW) em todo o mundo, da qual participaram 25.787 funcionários. Esta pesquisa mede a satisfação e o compromisso dos funcionários. A MAPFRE foi reconhecida como Best Workplace em 10 países: Brasil, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru e República Dominicana; de forma geral na América Latina, América Central e Caribe.

78 por cento dos funcionários considera que a MAPFRE é um ótimo lugar para trabalhar.

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 11ª posição, subindo quatro posições com relação ao ano anterior.

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 e cujo desenvolvimento é supervisionado por dois órgãos: o grupo de trabalho de Voluntariado Corporativo e o Comitê de

Voluntariado Corporativo, integrado por membros da diretoria da empresa.

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

No ano 2016, a MAPFRE teve 14.505 participações de 5.756 voluntários em todo o mundo.

O programa é realizado através da Fundación MAPFRE, que atua como entidade colaboradora, e também projeta, organiza e desenvolve este tipo de atividades em 23 países da América, Ásia e Europa.

Durante o ano 2016 foram desenvolvidas 1.085 atividades de caráter social e ambiental, investindo 40.589 horas e beneficiando mais de 666.470 pessoas.

Os funcionários também participaram de formação presencial e e-learning sobre diferentes temas relacionados à atividade solidária (1.212 horas).

Como ações de voluntariado global, em 2016 foram desenvolvidas as seguintes:

Doação de sangue, realizaram-se 68 Atividades nas quais 2.491 pessoas de 19 países distintos foram doadoras.

Objetivo zero realizaram-se 35 atividades relacionadas com objetivo ZERO, participaram 450 voluntários beneficiando 17.041 pessoas de 13 países.

SOS respira foram realizadas 17 atividades, em nove países, das quais participaram 101 voluntários.

(Para mais informações, consulte MAPFRE e a sociedade, pág. 124)

+ (0,2,1) ↑ ↑

4.2. A MAPFRE e seus clientes

[G4-8]

A MAPFRE conta no encerramento de 2016 com mais de 37 milhões de clientes.

Um dos principais objetivos do Grupo, além de aumentar o número de clientes é aumentar sua vinculação com este Grupo. Para isso, em 2016 aprofundou-se na segmentação de clientes, um projeto iniciado em 2014, para orientar as operações e os processos para os diferentes tipos de clientes, tanto para pessoas físicas quanto jurídicas, incluindo neste último grupo pequenas e médias empresas e grandes grupos industriais ou financeiros.

Adicionalmente, durante 2016 foi identificada a necessidade de aprofundar em aspectos relativos à qualidade dos dados, ferramentas de gestão de clientes (CRM), assim como administrar a experiência do cliente de forma mais ativa. Estes aspectos, unidos à segmentação de clientes, se agrupam em um modelo homogêneo mas adaptado às necessidades, casuísticas e idiosincrasia de cada país.

A seguinte tabela mostra o número de clientes pelas diferentes áreas regionais do Grupo:



(*) Por critérios de consolidação, em 2016 empresários autônomos foram considerados como clientes particulares e não como empresas.

O modelo multicanal

A MAPFRE aposta pela distribuição multicanal há muitos anos, adaptando sua estrutura comercial às distintas legislações onde opera. A base desta distribuição é a rede comercial, integrada pelos escritórios próprios e delegados, que se complementa com agentes, normalmente exclusivos, embora em certos países a exclusividade não seja possível por aspectos normativos. A rede própria permite à MAPFRE estar perto dos clientes, escutá-los e ir adaptando a oferta à demanda destes.

Além da rede própria, a MAPFRE mantém uma forte relação com os corretores e, que representam uma parte importante e crescente da distribuição de seguros em nível mundial.

A MAPFRE tem vários acordos ou joint ventures com bancos e instituições financeiras. Nesse sentido, são especialmente destacáveis os acordos com o Bankia, Bankinter, Banco Castilla-La Mancha (filial do Liberbank), Banco do Brasil, no Brasil, e BHD, na República Dominicana.

Além disso, 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).

Aliás, um canal crescente e com potencial de desenvolvimento são os acordos de distribuição com entidades não financeiras, como comerciantes, concessionários, fornecedores de serviços, com os que a MAPFRE também tem acordos. O Grupo também mantém uma firme e importante aposta pela distribuição digital, atividade que é abordada mais abaixo.

Centros de servicios para os clientes

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

CENTROS DE SERVIÇO	NÚMERO	PAÍSES
Centros Próprios de Perícias	1.324	16
Centros de serviço para o automóvel	30	3
Unidades de Diagnóstico do automóvel	22	8
Centro de Pesquisa e desenvolvimento	6	6
Policlínicos de Saúde próprios	17	3
Clínicas	2.547	11
Clínicas odontológicas	8	1
Centros de gestão de negócio de empresas	37	6

O pagamento de prestações, que é a indenização que as seguradoras pagam quando ocorre um sinistro.

Em 2016, as entidades seguradoras da MAPFRE pagaram aos seus clientes benefícios pelo montante de 12.004,8 milhões de euros com um aumento de 6,89 por cento com relação a 2015.

A tabela a seguir mostra detalhadamente as principais áreas territoriais:

ÁREAS	PRESTAÇÕES		
	2016	2015	VARIAÇÃO (%)
ÁREA TERRITORIAL IBÉRIA	5.630,7	5.734,0	(1,80)
ÁREA TERRITORIAL AMÉRICA LATINA	3.644,4	2.974,7	22,51
ÁREA TERRITORIAL INTERNACIONAL	2.729,7	2.522,2	8,23

Milhões de euros



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 impulsionam soluções seguras e de serviços focadas nas necessidades do cliente. A inovação 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”.

O modelo de Inovação da MAPFRE promove a cultura de inovação em toda a organização e pretende dar resposta aos desafios do negócio. Desde janeiro de 2017, a Diretoria Corporativa de Inovação está integrada na Área Corporativa de Negócios, Clientes e Inovação.

O modelo de inovação está ao serviço da estratégia do Grupo, tanto global como localmente, e é 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.

Este modelo é baseado em três pilares fundamentais: comunidade de inovação, Think Tanks e relação com o ecossistema de StartUps.

A Comunidade de Inovação da MAPFRE é composta por todos aqueles funcionários dedicados à inovação dentro da empresa, seja na Diretoria Corporativa de Inovação, nos Escritórios de Inovação e Desenvolvimento, ou na rede de Innoagentes, que tem representação regional, de país, de unidades de negócio e de áreas corporativas.

Durante 2016, consolidou-se a implementação deste modelo de inovação, atingindo 17 Escritórios de Inovação e Desenvolvimento. A Comunidade de Inovação promove a cultura da inovação dentro da organização, fornecendo metodologias de trabalho e contribuindo para alinhar a organização em torno do cliente e para agilizar processos internos.

A rede do Innoagentes foi ampliada em 2016 para mais de 200 funcionários com perfis multidisciplinares de diferentes áreas, que atuam como embaixadores da inovação, incentivando a transformação cultural da empresa. Este impulso completa-se com a contribuição e a criatividade de todas as pessoas que trabalham na companhia.

A elaboração de Think Tanks é uma parte fundamental do modelo de inovação da MAPFRE. São estudos que aprofundam em temas de interesse para o negócio segurador no intuito de

conhecer as tendências e avanços tecnológicos que possam envolver mudanças no setor no médio e longo prazo.

Durante 2016 foram realizados dois Think Tanks: automóveis e Envelhecimento da População.

O último pilar fundamental no qual é baseado o modelo de inovação é a relação com o ecossistema de StartUps. Durante 2016 foram definidas as três vias principais de relação com este ecossistema: a participação em veículos investidores, a criação de um observatório de StartUps com o objetivo de monitorar o ecossistema Insurtech/Fintech para estabelecer possíveis acordos de colaboração, e a participação em processos de aceleração de StartUps.



NOVOS PRODUTOS E SERVIÇOS

A seguir, serão incorporados os produtos mais recentes lançados em todos os mercados em 2016:



NOVOS PRODUTOS LANÇADOS EM 2016	Patrimoniais	Residência	Vida	Saúde	Automóveis	Funeral
IBÉRIA						
Espanha			6			
Portugal			5			
LATAM						
Argentina	2	1				
Brasil			1			
Guatemala		1		2		
El Salvador	1	1	1		1	
Nicarágua	1		1			1
Rep. Dominicana					1	
INTERNACIONAL						
EUA	1					
Turquia					1	
Porto Rico		2	1		1	
TOTAIS	5	5	15	2	4	1





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	% SOBRE TOTAL DE PRÊMIOS	% SOBRE TOTAL RAMO	N.º DE SEGURADOS/BENEFICIÁRIOS
IBÉRIA					
Espanha	Saúde	Salud Elección: Seguro de Assistência de Saúde que garante a assistência primária e testes diagnósticos básicas em centros acordados. Para as demais assistências médicas que o assegurado possa necessitar, são oferecidos preços reduzidos nas clínicas recomendadas a respeito do custo como paciente privado.	0,23	0,23	10.113
	Vida	Decesos Esencial: baseado em uma tarifa natural adaptada aos clientes que querem conservar seu seguro de funeral mas que atravessam dificuldades econômicas.	2,9	2,9	288.339
LATAM					
Brasil	Residência	Programa Cuenta Protegida Telefónica: é um seguro de proteção financeira com coberturas para o pagamento das faturas de telefone em caso de desemprego, incapacidade, etc.	0,045	0,16	59.255
		Seguro educacional: Seguro destinado à proteção do aluno enquanto estiver sob responsabilidade da escola e coberturas destinadas ao responsável financeiro do aluno.	0,123	0,43	483.532
	Vida	Programa Crediamigo de Microcrédito: com coberturas para morte e a assistência funerária, além de quatro sorteios mensais pela loteria com a Capitalização.	0,074	2,258	56.081
		Agroamigo: Um novo seguro popular destinado a microempreendedores dos setores informal ou formal da economia nas zonas rurais.	0,004	0,136	20.957
		BB Seguro Vida Agricultura e Familiar: É um seguro para os clientes das operações de crédito rural dos programas de "Agricultura Familiar", que garante a liquidação ou o resgate do saldo devedor no Banco do Brasil, no caso de morte natural ou acidental do segurado.	0,6	3,17	523.278
		Seguro Prestamista Rural: seguro de vida por crédito rural.	0,005	0,02	3.964
Seguro Amparo Familiar: como cobertura principal, o segurado pode escolher a ajuda para funeral.	0,005	0,018	763		

PAÍS	RAMO	TIPO DE PRODUTO OU SERVIÇO	% SOBRE TOTAL DE PRÊMIOS	% SOBRE TOTAL RAMO	N.º DE SEGURADOS/BENEFICIÁRIOS
LATAM					
República Dominicana	Saúde	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.	0,042	0,79	4470
		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.	0,022	0,4	2.731
		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.	0,49	9,05	41.124
	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.	0,157	0,725	23.966
INTERNACIONAL					
Filipinas	Vida	Kakampi Insurance: 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	-	790
Porto Rico	Auto-móveis	Auto Plus: substituem e melhoram em grande medida o seguro obrigatório por apenas 36 dólares a mais. Inclui coberturas como assistência em estrada, morte acidental ou desmembramento, despesas médicas e defesa legal.	0,03	0,1	556
	Auto-móveis	Asistencia en viaje y carretera: Um produto que dá assistência imediata em estrada ao segurado, por apenas 45 dólares anuais para o primeiro veículo e 25 para os seguintes.	0,09	0,31	9.145

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		2016
Coberturas de riscos ambientais	n.º de apólices	19.834
Seguros para projetos sustentáveis	Prêmios líquidos (€)	82.699.760,25
Serviços ambientais e de economia energética	Faturamento (€)	315.049



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

PAÍS	TIPO DE PRODUTO OU SERVIÇO	% SOBRE TOTAL DE PRÊMIOS	% SOBRE TOTAL RAMO	N.º DE SEGURADOS/BENEFICIÁRIOS
IBÉRIA				
Espanha	Apólice ecológica: Primeiro seguro de pagamento por uso para veículos elétricos, híbridos e ecológicos.	0,081	0,27	10.235
	Seguro de Danos e Responsabilidade Civil: Produto destinado a centrais solares, fotovoltaicas, parques eólicos e instalações de cogeração.	0,018	0,23	1.453
	Cobertura de Responsabilidade Ambiental em apólices de Responsabilidade Civil Geral: coberturas que protegem a responsabilidade do segurado pelos danos causados pela contaminação ambiental.	0,025	0,31	1.176
Portugal	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.	0,28	2,07	579
LATAM				
Brasil	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.	0,033	0,30	334
	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.	0,045	0,43	2.138
	Risco de petróleo: Cobre direta ou indiretamente os riscos relacionados com as atividades de prospecção, perfuração e/ou produção de petróleo ou gás.	0,908	8,34	6
México	Posto de gasolina seguro: seguro que inclui a cobertura de Responsabilidade Civil por poluição.	0,31	1,03	1.684

Excelência ++

PAÍS	TIPO DE PRODUTO OU SERVIÇO	% SOBRE TOTAL DE PRÊMIOS	% SOBRE TOTAL RAMO	N.º DE SEGURADOS/BENEFICIÁRIOS
INTERNACIONAL				
Porto Rico	MCS-90: Apólice de transportes que proporciona cobertura para a reparação de danos por poluição derivada de vazamentos de produtos perigosos.	0,06	0,19	305

NEGÓCIOS GLOBAIS

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.
Estes produtos são comercializados por MAPFRE GLOBAL RISKS, MAPFRE RE e MAPFRE ASSISTÊNCIA.

Parques Eólicos	3,6	5,3	35
Energia Solar	0,4	0,6	43

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.

PRODUTOS E SERVIÇOS	Unidades	2016
Apólices de responsabilidade civil ambiental assinadas	nº	7.877
Instalações de energia eólica asseguradas	MW	24.419,33
Aerogeradores assegurados	nº	16.455
Explorações florestais sustentáveis	ha	20.426,90
Apólices Ecológicas Automóveis	nº	10.235

Em conjunto, em 2016 foram emitidas mais de 19.800 apólices com coberturas relacionadas a aspectos ambientais, que representam um volume de prêmios superior a 82 milhões de euros, o que representa 0,36 por cento 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 para a recarga de veículos elétricos em rodovia. Para isso, foram incorporados à frota de fornecedores, 7 veículos 100 por cento elétricos, equipados com um gerador que permite recarregar no momento, e em qualquer lugar, outros veículos 80 por cento em menos de 30 minutos.

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 2016, na Espanha e Colômbia, foram tratados 3.100 veículos fora de uso, dos que se recuperou, para reutilização, um total de 95.879 peças e componentes.

RECUPERAÇÃO DE PEÇAS DE VEÍCULOS			
	Unidad	2016	2015
Veículos fora de uso (VFU) tratados	ud	3.100	3.247
Peças de VFU recuperadas	ud	95.879	105.620

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 315.049 em serviços ambientais.

CANAIS DE COMUNICAÇÃO COM O CLIENTE [G4-FSS5]

Em 2016, foram implementadas diferentes iniciativas para desenvolver a venda online em todo o mundo. Além da VERTI (que reafirma sua liderança na Espanha, o canal on-line 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.

Os Contact Centers MAPFRE fornecem atendimento permanente durante as vinte e quatro horas de todos os dias do ano, permitindo aos clientes realizar consultas e gestões relacionadas às suas apólices e/ou aos serviços contratados.

Em 2016, os Contact Centers MAPFRE administraram 100 milhões de contatos e 25 milhões de transações em todo o mundo.

A MAPFRE conta com mais de 60 Contact Centers, onde trabalham aproximadamente 6.700 agentes Full Time Equivalent (FTE) em um total de 5.900 posições, principalmente nas Áreas Regionais do Brasil, América Latina Sul, Ibéria e EMEA. 43 por cento dos Contact Centers estão localizados nas Áreas Regionais de EMEA e da América Latina Norte enquanto que 71 por cento dos Contact Centers MAPFRE são da MAPFRE ASISTENCIA. Por sua parte, os Contact Center de Seguros concentram 46% dos Agentes FTE e 43% dos contatos com os clientes.

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 2016 são observados os seguintes parâmetros:

- Os volumes de atividade mostram uma leve diminuição de transações contatos de mais de 10% a respeito do ano anterior.
- 94% dos contatos procede da atividade telefônica, sendo as ligações entrantes (52%), e as ligações de saída (42%).
- As assistências representam 52% das transações.

Distribuição de contatos gerenciados gerenciados por áreas regionais

Ibéria 23%

LATAM Sul 18%

EMEA 17%

Brasil 14%

América do Norte 10%

APAC 10%

LATAM Norte 9%

Durante 2016, foi aprovado um modelo que regerá o futuro deles nos próximos anos e que foi denominado Modelo Global do Contact Center MAPFRE 2020 (MCC2020), o qual define um marco de gestão homogêneo da atual rede de Contact Centers, procurando gerar um aumento da eficiência operacional enquanto alcançamos os níveis desejados de qualidade percebida.

Digital Dispatch, que pretende melhorar substancialmente a eficiência nos Contact Centers bem como a qualidade na prestação dos serviços aos clientes, encerrou em 2016 o segundo ano de seu projeto trianual. O objetivo do Digital Dispatch é conseguir uma automação das interações entre o Contact Center e os fornecedores. Uma vez conhecidas as necessidades de serviço dos clientes, o Digital Dispatch permite a entrega de forma automática –sem intervenção humana e livre de erros– das solicitações de serviços à rede internacional de fornecedores, os quais são selecionados pelo sistema segundo as regras de negócio habilitadas. Este procedimento permite que as atribuições sejam feitas em um tempo mais curto que se tivesse sido feito através da intervenção de um agente.

Para o triênio 2015- 2017 foram estabelecidos vários objetivos percentuais de Digital Dispatch, para conseguir que em 2018 mais d 60 por cento das solicitações de prestações de serviços aos fornecedores sejam realizadas de maneira “automática”. No final de 2016, na MAPFRE, já quase 55% das interações com os fornecedores são atribuídas de forma automática.

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 2016 aprofundou-se, no âmbito de uma iniciativa corporativa, na execução do Modelo Global de Medição da Experiência do Cliente MAPFRE, definido em 2015. A tais efeitos, o Observatório de

Qualidade MAPFRE está encarregado de realizar todas as medições corporativas de qualidade percebida e fornecida, mediante pesquisa dos clientes externos e internos com as que se pretende:

- Conhecer de forma constante e com uma metodologia consistente o nível de satisfação do cliente MAPFRE e de seus principais concorrentes nos diferentes países e negócios.
- Identificar os aspectos que têm mais impacto na Experiência do Cliente, com o objetivo de melhorá-la.
- Dotar os países de uma ferramenta que os 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 pretende medir 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®), sua causa raiz, avaliando a satisfação e os pontos críticos de contato com o cliente. A seguir, serão realizadas recomendações sobre as principais áreas de melhoria:

Para cada uma destas medições, o Observatório de Qualidade emite relatórios que fornecem dados sobre o nível de Experiência do Cliente, que ajudam a tomar decisões para as diferentes áreas de negócio da MAPFRE, tendo o cliente sempre como foco. A metodologia escolhida para as medições 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 recomendaria a MAPFRE para um amigo ou familiar?

Nada provável

Muito provável

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Detrator



Não concordo
nem discordo



Promotor



Em 2016 foram realizadas a II e III Onda de medição do NPS relacional, sobre uma amostra representativa das carteiras da MAPFRE. Estas ondas abrangeram, cada uma, 17 países, 18 empresas e 23 ramos, com um volume próximo de 70% do total de prêmios de vida do Grupo.

Do mesmo modo, em 2016 o Observatório de Qualidade realizou a primeira medição do NPS interno (iNPS), sobre o nível de Experiência do Cliente dos serviços de resseguro prestados pela MAPFRE RE a todas as empresas do Grupo.

Em 2017 o Observatório de Qualidade MAPFRE estará focado no seguinte:

- Lançamento das IV e V Ondas de medição do NPS® relacional, que alcançarão um volume de prêmios não vida próximo de 80 por cento do Grupo.
- Definição do modelo corporativo de medição do NPS transacional, que permite aprofundar sobre a experiência do cliente em um episódio crítico. Este modelo será implantado em 2017 em ao menos um país.

A MAPFRE tem 241 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.

Conta com a certificação da ISO 9001 no Brasil, Espanha, Nicarágua e Turquia. Além disso, a MAPFRE ASISTENCIA está certificada em tal norma de qualidade na Argélia, Argentina, Bahrein, Brasil, Chile, China, Colômbia, Equador, Filipinas, Itália, México, Rep. Dominicana, Tunísia, Turquia e Venezuela.

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 5,3 milhões de sócios em todo o mundo.

Em 2016 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, as operações e os 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 2016, 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

Em 2016, também foram realizadas as seguintes atuações:

- 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. Quase a totalidade dos países contam com um órgão interno de proteção ao cliente e, além disso, contam com órgãos externos de proteção ao cliente, Portugal, Brasil, México, El Salvador, Costa Rica, Nicarágua, Venezuela, Colômbia, Argentina, Chile, Peru, EUA e Alemanha.

Durante o exercício de 2016, 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.



(3)

Volume de tratamento e de resolução



VOLUME¹

7.537 1.553 77.297 86.387

RESOLVIDAS²

7.537 6.143 40.417 33.251 87.348

0 10.000 20.000 30.000 40.000 50.000 60.000 70.000 80.000 90.000 100.000 110.000

1

2

■ Não aceitas ■ Em aberto AA ■ Aceitas PE ■ Outras soluções ■ Recusadas ■ Aceitas

Índice de resolução

101%

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 permitem conhecer 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. Além disso, a MAPFRE aderiu em 2016 ao Guia de Boas Práticas de Resolução Interna de Reclamações da UNESPA, comprometendo-se a resolver as reclamações no prazo de um mês, frente ao prazo legalmente estabelecido de dois meses.
- Relatórios sobre aspectos específicos por sua influência no negócio, como, por exemplo, o impacto das reclamações e queixas na rescisão de contratos, ou a análise dos tempos médios de resolução por centro de gestão.

Durante o exercício de 2016, realizou-se o processo de implementação das recomendações que a Comissão de Defesa do Segurado emitiu sobre o exercício de 2015, que geraram por sua vez diferentes ações que ao longo do exercício foram sendo abordadas pelas áreas correspondentes.

MOTIVO	RECOMENDAÇÃO 2015	AÇÃO PROPOSTA 2016
Formalização do contrato	Melhorar a informação disponibilizada aos futuros clientes de outras nacionalidades sobre o alcance do seguro de automóveis nos seus respetivos países.	Sem prejuízo de abordar este tema nos cursos para mediadores, incidir os Responsáveis pela Formação na necessidade de advertir expressamente sobre o alcance das coberturas voluntárias em seu país para os Segurados de origem marroquina.
Redação do contrato	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.	Captar mais precisamente os termos que definem a cobertura ou não das questões recomendadas e, uma vez delimitados, modificar a redação das condições correspondentes.
	Avaliar a possibilidade de introduzir as uniões de facto como beneficiários genéricos nos seguros de vida, de forma similar aos cônjuges.	
	Estudar a ampliação dos serviços médicos acordados nas zonas em que não existe cobertura suficiente, ou um critério de compensação das possíveis carências.	
Interpretação do contrato	Reforçar o conteúdo técnico dos relatórios médicos que servem de base para as decisões em matéria prestações para os clientes.	Elaborar um relatório, a ser preenchido pela Assessoria Médica da Empresa, nos casos de denegação de prestação por motivos médicos, com o objetivo de incluir nele os argumentos técnicos que refutem as considerações médicas expostas pelo Segurado.
	Ter bastante precaução em relação ao que deve ser considerado uma ocultação fraudulenta nos questionários de saúde, evitando interpretações que careçam de prova suficiente.	Lembrar aos Centros Processadores que, na gestão de prestações só é possível considerar dolo quando demonstrada sua ocorrência.

MOTIVO

RECOMENDAÇÃO 2015

AÇÃO PROPOSTA 2016

Procedimentos de gestão

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.

Lembrar aos Centros Processadores e à Rede Pericial o procedimento estabelecido, especialmente se o Segurado fica desconforme com o número de franquias aplicável e a informação a dar ao mesmo.

Documentar e informar com rigor os clientes em relação às causas de inviabilidade nas reclamações de danos de automóveis.

Comunicar aos clientes com a antecipação suficiente a viabilidade ou não de uma reclamação deste tipo, documentando essa decisão.



A Comissão de Defesa do Segurado da MAPFRE no seu Histórico Anual 2016 formulou, entre outras, as seguintes recomendações para melhorar a qualidade do serviço aos clientes, extraídas das resoluções que emitiu:

- Reforçar a informação que se transfere aos clientes em relação a seus direitos e obrigações em caso de sobresseguro, tanto nos seguros Patrimoniais como de Automóveis.
- Aperfeiçoar a redação das Condições Gerais de Residência em algumas coberturas como a de danos por água, danos estéticos ou cobertura contra qualquer risco.
- Informar aos clientes, no momento da declaração de um sinistro, a respeito da obrigação de conservar vestígios ou provas dos fatos acontecidos e dos danos reclamados.
- Revisar alguns procedimentos de gestão nas prestações de Automóveis, em particular, quando resultar de aplicação um acordo entre entidades seguradoras e no caso em que ambos os veículos envolvidos se encontrem segurados na MAPFRE Espanha.
- Informar de uma forma mais completa aos clientes sobre os critérios, prazos e efeitos de seu direito de oposição à prorrogação anual do contrato.
- Reforçar a transparência em relação aos critérios de amortização pactuados nos seguros de vida vinculados a operações bancárias de ativo.

Critérios gerais de ação

Durante o exercício de 2016, realizou-se o processo de implementação dos Critérios Gerais de Ação emitidos pela Diretoria de Reclamações sobre o exercício de 2015, que geraram por sua vez diferentes ações que ao longo do exercício foram sendo abordadas pelas áreas correspondentes .

(0,2,1)

CRITÉRIO GERAL 2015	AÇÃO PROPOSTA 2016
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 coberto por uma garantia diferente incluída na apólice, ou inclusive por uma apólice de um ramo diferente.	Comprovar pelos Centros Processadores, antes de rejeitar um sinistro, se o Segurado pode estar coberto por outra garantia distinta incluída na apólice à que corresponde o sinistro declarado ou em outra garantia de outras apólices que pudesse ter contratado.
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.	Lembrar aos Centros Processadores que, nestes casos, uma vez demonstrado o dano e a relação de causalidade com a atuação negligente do profissional, a MAPFRE deveria assumir a indenização do mesmo, sem que corresponda oferecer ao Segurado a reclamação judicial contra aquele.
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.	Melhorar a redação das respostas com o objetivo de que as comunicações sejam compreensíveis para os Segurados, adequando-as aos casos em que se incorporam.
Reservar o procedimento de peritos terceirizados, contemplado no art. 38 LCS (Lei de Contrato de Seguros), para casos que cumprem uma função efetiva, oferecendo este aos clientes quando surgirem discrepâncias de natureza técnica.	Oferecer aos Segurados o procedimento pericial contraditório para a resolução extrajudicial do conflito exposto, desde que for perceptiva sua utilização.
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.	Insistir no grupo médico sobre a necessidade de seja fornecida sempre informação a respeito da aptidão do Segurado para o desenvolvimento de sua atividade profissional.
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.	Informar com maior detalhe aos Segurados a respeito daqueles extremos que fundamentam a rejeição das prestações.

Fruto da atividade realizada, a Diretoria de Reclamações estabeleceu em seu Relatório Anual de 2016, 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:

- Informar ao Segurado se considera-se que a reclamação ao suposto responsável pelos danos é inviável, oferecendo-lhe a possibilidade de reclamar a título particular, e realizar as gestões necessárias urgentes para não prejudicar seus direitos, levando em conta os prazos para evitar possíveis prescrições em seu prejuízo.
- Definir o conceito “prestação” na assistência em viagem nas CC.GG. das apólices modalidade “Você escolhe”, nas que se contrata a cobertura de assistência por avaria mecânica com um máximo de três intervenções ao ano, para evitar possíveis dúvidas quanto aos critérios que se levam em conta para contabilizar o número de prestações anuais garantidas.
- Ampliar o nível de informação nos escritos enviados aos clientes quando o motivo de rejeição do sinistro de fenômenos atmosféricos for constituído pela falta de superação dos limites mínimos de intensidade exigidos pela apólice, informando o medidor mais próximo do risco e do registro máximo alcançado na data declarada.
- Melhorar a redação da garantia de reparação de eletrodomésticos nas CC.GG., regulando expressamente a possibilidade de efetuar a reparação de forma particular pelo serviço de MULTIMAP e a operação a seguir nestes casos.

- Incluir nas CC.PP. o número de imóvel de registro da moradia ou a referência do cadastro do imóvel, e realizar as comprovações necessárias quando se estimar adequado a fim de dar mais segurança aos dados de localização, delimitação e superfície do risco segurado, especialmente quando estiver situado no âmbito rural.

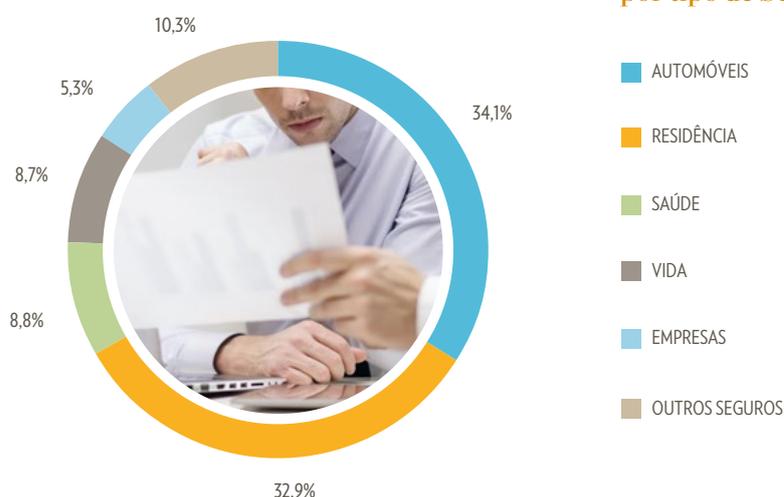
- Procurar que seja compreensível a informação fornecida aos clientes de seguros de poupança no momento da contratação, na documentação entregue a eles e quando solicitam qualquer tipo de esclarecimento sobre os direitos que o contrato lhes outorga, e transmitir, junto à informação técnica relacionada ao resgate e aos vencimentos, toda a informação adicional que torne aquela mais compreensível ao cliente.

- Revisar nos seguros de vida as medidas que garantam o exercício do direito a resolver o contrato nas hipóteses do art. 83 a) LCS e tramitar corretamente a solicitação apresentada pelo tomador, depois de demonstrado o cumprimento dos pressupostos exigidos pela lei.

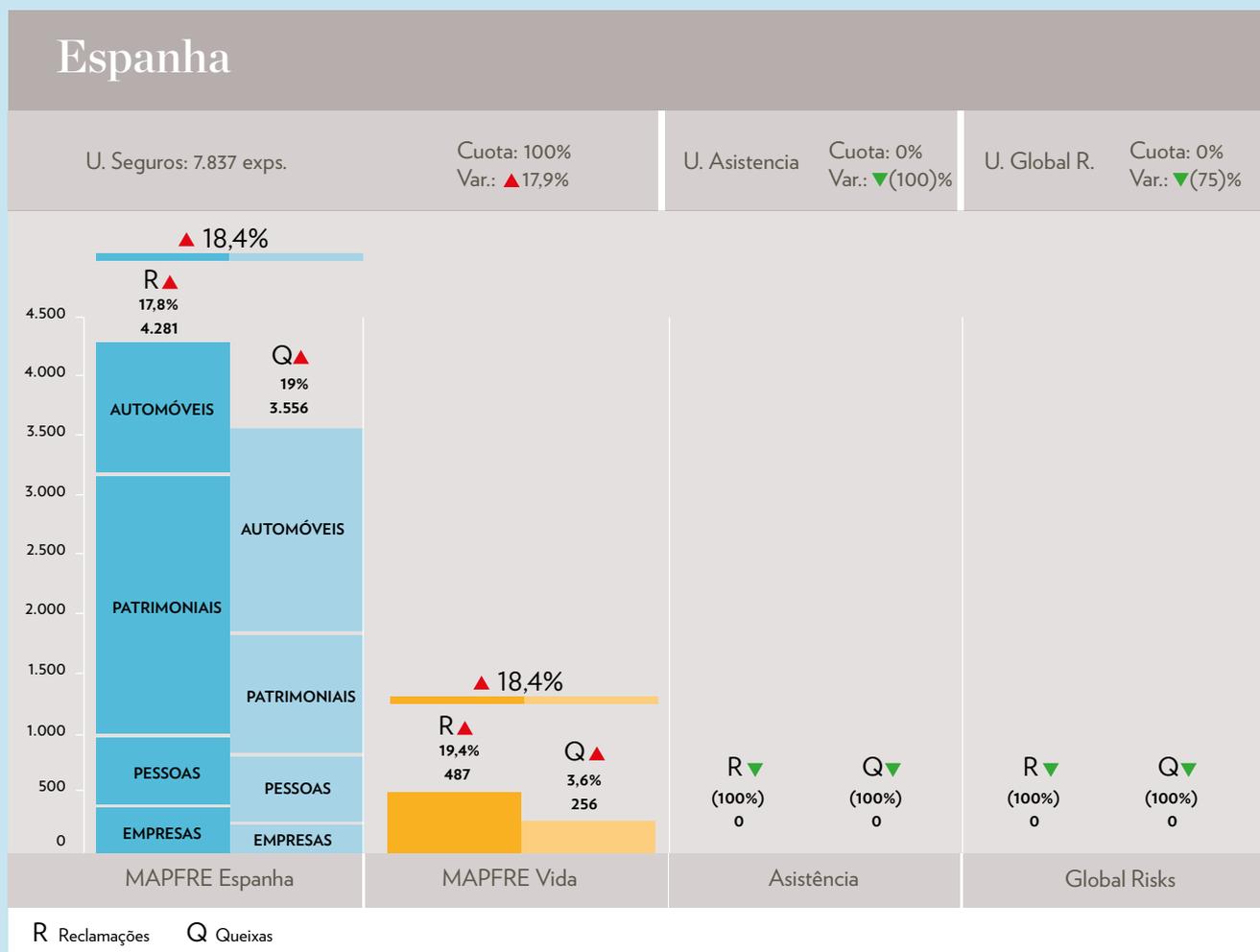
Os critérios gerais de atuação citados, depois de sua aprovação pelos órgãos de diretoria, foram postos em conhecimento das respectivas unidades para sua análise e avaliação de implantação como um instrumento mais destinado a melhorar o serviço aos clientes e usuários.

As recomendações e critérios referidos foram extraídos das reclamações e queixas processadas no exercício de 2016, ano no qual a Diretoria de Reclamações recebeu 11.217 escritos. Destes, foram admitidos 8.581 para processamento, tendo sido consideradas 4.769 reclamações com pretensões concretas de conteúdo econômico e 3.812 queixas relativas a incidentes no processamento das prestações. ou emissão/contratação.

Reclamações e Queixas aceitas para trâmite por tipo de Seguro



No fechamento do exercício de 2016, estimou-se em 27,7 por cento as reclamações e queixas aceitas para processamento, sendo desestimados 40,4 por cento e concedidas outras soluções em 8,6 por cento dos casos (alternativa pericial, conhecimento no curso do processamento de que o reclamante tinha iniciado, paralelamente, um procedimento judicial ou administrativo, resolução do reclamante, etc.)



Além disso, 2.636 escritos não puderam ser aceitos para trâmite porque não cumpriam os requisitos legalmente previstos, pelo qual se informou aos respectivos usuários essa circunstância de forma motivada.

Foi melhorado o atendimento aos clientes ao se reduzir em 1,1 dias o tempo médio de resolução, em relação ao exercício anterior, situando-se em 12,5 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 caráter 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.

“Informação detalhada sobre o modelo de CiberSegurança e Privacidade da MAPFRE é incluída na seção Medidas de Prevenção e Cumprimento (p. 45) do presente Relatório”.

4.3. A MAPFRE e seus acionistas

A MAPFRE se relaciona com seus acionistas e investidores de acordo com as políticas corporativas específicas, aprovadas em julho do ano 2015, nas quais é estabelecido que a relação com os acionistas e investidores deve estar baseada na confiança, comunicação e equidade, e que se deve 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, o 'Carbon Disclosure Project' reconheceu em 2016 o Grupo MAPFRE como uma das empresas líderes em atuação contra a mudança climática em nível mundial, incluindo-a em seu 'Climate A-list Global'. Esta seleção inclui as 113 companhias com melhor desempenho em matéria de redução de emissões e luta contra a mudança climática em nível mundial.

PRINCIPAIS DADOS DA BOLSA

Durante o exercício de 2016 as ações da MAPFRE S.A. foram cotadas 256 dias no Mercado Contínuo, com um índice de frequência de 100 por cento. Foram contratados 2.312.308.450 títulos, em comparação com 2.553.834.115 no exercício anterior, com incremento de 9,5 por cento. O valor efetivo destas transações chegou a 5.211,8 milhões de euros, em comparação com 7.314,2 milhões de euros em 2015, com incremento de 28,7 por cento.

No final de 2016, cinco bancos de negócios espanhóis e internacionais recomendavam a "compra" das ações da Sociedade, contra cinco recomendações de "manter" e sete de "vender".

VALOR E RENTABILIDADE DA AÇÃO

No exercício 2016, a ação teve o comportamento que pode ser visto no quadro a seguir, comparado com o dos principais índices de referência (o seletivo IBEX 35 e o setorial Dow Jones Stoxx Insurance):

	1 ANO	3 ANOS	5 ANOS
MAPFRE	25,4%	(6,8%)	18,1%
DJ Stoxx Insurance	(5,6%)	18,2%	102,3%
IBEX 35	(2,0%)	(5,7%)	9,2%

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

	2016	2015	2014	2013	2012
BPA (euros)	0,25	0,23	0,27	0,26	0,22
Incremento	8,7%	(14,8%)	3,8%	18,2%	(31,3%)



+ (0,2,1) ↑ ↑

A ação da MAPFRE

No quadro a seguir, serão mostradas as informações básicas relativas à ação da MAPFRE no fechamento do exercício de 2016:

Número de ações em circulação

3.079.553.273

Totalmente assinadas e desembolsadas na íntegra.

VALOR NOMINAL DE CADA AÇÃO

0,1 €

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

MERCADOS NOS QUAIS ESTÁ LISTADA

Bolsas de Madri e de Barcelona
(Mercado Contínuo).

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(*)

CÓDIGO ISIN

ES0124244E34



Composição dos acionistas e sua retribuição

COMPOSIÇÃO DA BASE DE ACIONISTAS

No encerramento do exercício 2016 A Fundación MAPFRE, mediante sua participação direta e indireta, era titular em conjunto de 68,7 por cento das ações da sociedade, 234.331 acionistas espanhóis de 11,7 por cento e 2.478 acionistas de outros países de 19,6 por cento restante.

Dos acionistas espanhóis, 1,2 por cento correspondiam a investidores com participação superior a 0,1 por cento e 10,5 por cento ao resto. Quanto aos investidores com residência em outros países, 18,8 por cento correspondiam a investidores com participação superior a 0,1 por cento e 0,8 por cento ao resto.



- Fundación MAPFRE
- Investidores espanhóis cuja participação esteja acima de 0,10%
- Investidores espanhóis cuja participação esteja abaixo de 0,10%
- Investidores de outros países cuja participação esteja acima de 0,10%
- Investidores de outros países cuja participação esteja abaixo de 0,10%

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

PAÍS	%
ESPAÑA	80,46
ESTADOS UNIDOS	3,85
FRANÇA	1,55
REINO UNIDO	1,49
ALEMANHA	1,21
PAÍSES NÓRDICOS	0,88
PAÍSES BAIXOS	0,37
SUIÇA	0,22
CANADÁ	0,18
ITÁLIA	0,09
AUSTRÁLIA	0,06
IRLANDA	0,04
JAPÃO	0,03
HONG KONG	0,02
ANDORRA	0,01
ÁUSTRIA	0,01
PORTUGAL	0,01
SEM IDENTIFICAR	9,53

Um dos principais objetivos da MAPFRE é a geração de valor e a adequada remuneração ao acionista. 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 de 45 por cento a 65 por cento do resultado atribuível (índice de 'payout').

No exercício de 2016, 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 0,13 euros por ação, até chegar a um desembolso total de 400,3 milhões de euros.

O dividendo proposto para a Assembleia Geral como dividendo complementar do ano de 2016 é de 0,085 euros brutos

por ação. Portanto, o dividendo total relativo aos resultados do exercício de 2016 sobe para 0,145 euros brutos por ação, o que representa um índice de 'pay-out' de 57,6 por cento.

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

	2016	2015	2014	2013	2012
Dividendo (euros)	0,13	0,14	0,14	0,12	0,12
Rentabilidade por dividendo	5,8%	4,9%	4,7%	4,4%	6,1%

Vale destacar que, desde o início da crise econômica e financeira em 2007, a MAPFRE aumentou o montante destinado a dividendos em 59,9 por cento.

A relação da MAPFRE com os acionistas e investidores

[G4-37, 49, 50; FS5]

A comunicação com os acionistas foi reforçada no ano 2016 com a celebração do primeiro 'Investor Day'. Neste encontro, mais de 80 analistas e investidores institucionais se reuniram em Madri com o Presidente e os principais executivos da MAPFRE. As diferentes sessões permitiram conhecer em profundidade as regiões e unidades de negócio mais relevantes nas que o Grupo opera. Além disso, foram reafirmados os objetivos financeiros e estratégicos assumidos para o período 2016-2018 na Assembleia de Acionistas de março de 2016.

Também cabe destacar que no ano 2016 começou a ser executado um Plano de Comunicação com Acionistas que, através de diferentes iniciativas, permitirá desenvolver melhor a relação entre a empresa e seus acionistas. Este plano pretende melhorar a qualidade da informação sobre a empresa, incrementar a comunicação e conseguir que os acionistas se sintam orgulhosos da atividade que a MAPFRE realiza, além do retorno econômico do investimento.

CANAIS DE COMUNICAÇÃO ESTABELECIDOS PELA MAPFRE

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

COMISSÃO NACIONAL DO MERCADO DE VALORES

A informação sobre o andamento dos negócios é enviada antes da sua publicação, à Comissão Nacional do Mercado de Valores. Desta forma, é garantido de forma regular o seguinte:

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

Este canal de comunicação permite disponibilizar para todo o público investidor informações sobre as atividades da Sociedade e seus fatos relevantes.

SITE CORPORATIVO

O site corporativo www.mapfre.com constitui o principal meio de comunicação entre a Sociedade e os acionistas, investidores institucionais e público em geral. A Sociedade torna público através dela, e imediatamente, fará 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 convocação 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 divulgação 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 pedidos de acionistas e investidores, tanto particulares como institucionais.

A DIRETORIA DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

A Diretoria 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. Para tais efeitos, está à sua disposição o endereço eletrônico relacionesconinversores@mapfre.com, bem como o número de telefone gratuito 900 10 35 33 e o formulário de consultas do site corporativo.

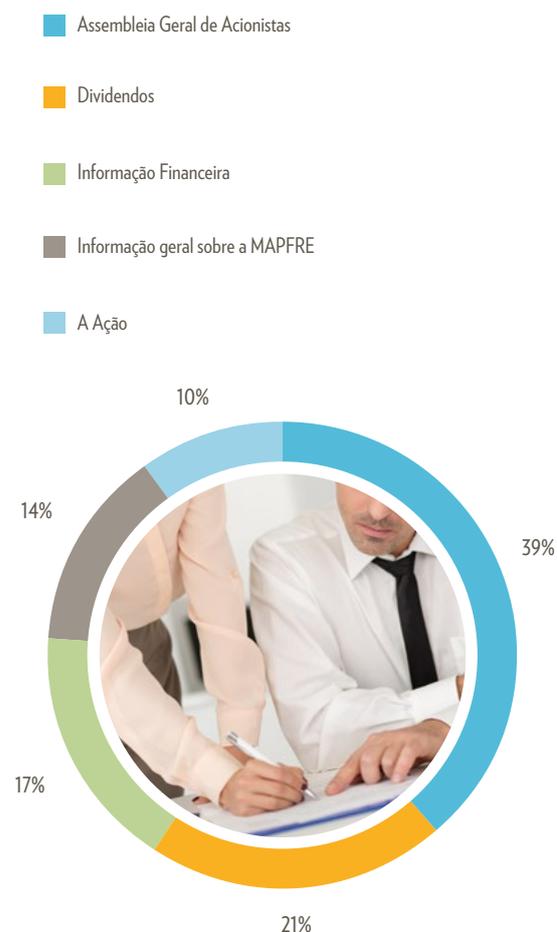
Essa Diretoria constitui também o canal de comunicação com os assessores de voto, para dar-lhes informações e atender as suas consultas em relação às propostas de acordo formuladas na assembleia geral de acionistas objeto de suas recomendações.

Sobre o atendimento ao acionista particular, em relação às ações realizadas em 2016 para desenvolver os canais de comunicação com os acionistas, cumpre destacar o seguinte:

- O serviço telefônico de acionistas (no número gratuito 900 10 35 33) atendeu mais de 1.023 consultas relacionadas principalmente com a Assembleia Geral, o pagamento de dividendos e a informação financeira.
- Através do formulário de consultas do site corporativo e do endereço de correio eletrônico relacionesconinversores@mapfre.com, foram respondidos 96 pedidos.
- Na seção “Acionistas e Investidores” do site corporativo, 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 do dia 11 de março de 2016.
- Foi distribuído o boletim semestral 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 2016, a Diretoria de Relações com Investidores desenvolveu uma intensa atividade de comunicação com os analistas financeiros, acionistas e investidores institucionais. Entre os principais assuntos comentados destacam-se os objetivos financeiros para o período 2016-2018, a recuperação na Espanha, a evolução dos Estados Unidos e da América Latina, especialmente do Brasil, a tendência esperada do dividendo e Solvência II.

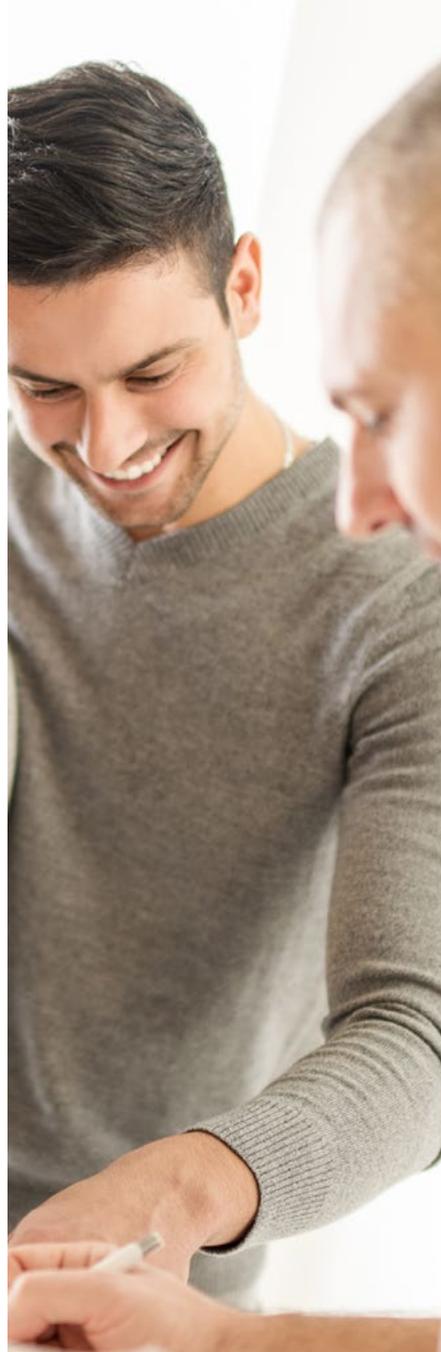
Temas de maior interesse para os acionistas



O quadro a seguir mostra um resumo da atividade de comunicação com os mercados financeiros realizada no ano de 2016:

Apresentações de resultados	4
Teleconferências	4
Reuniões com acionistas e investidores institucionais espanhóis	56
Reuniões com acionistas e investidores institucionais de outros países	243
dos que:	
Reino Unido	92
França	38
Itália	18
Suíça	17
Portugal	12
Alemanha	11
Países Nórdicos	10
Estados Unidos	6
Outros	39
Participação em fóruns de investidores institucionais	13
dos que:	
Reino Unido	4
Espanha	4
França	2
Alemanha	1
Irlanda	1
Estados Unidos	1
Reuniões com analistas financeiros	67

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



4.4. A 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 continua apostando na potencialização da multicanalidade, com base 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 5.408 escritórios próprios (814 diretos, 4.576 delegadas e 18 de representação) e 9.028 de seguros bancários às quais soma outros pontos de venda correspondentes a diferentes acordos de distribuição e colaboração.

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

ESCRITÓRIOS	2016	2015*
IBÉRIA		
Diretos e Delegados	3.078	3.073
Bancasseguros	3.181	3.330
Subtotal Ibéria	6.259	6.403
LATAM		
Diretos e Delegados	1.831	1.770
Bancasseguros	5.847	5.602
Subtotal AMÉRICA LATINA	7.678	7.372
INTERNACIONAL		
Diretos e Delegados	481	444
Subtotal INTERNACIONAL	481	444
Total de escritórios	14.418	14.219

*Durante o exercício 2016 foi realizada uma revisão do critério para fixar o número de escritórios. Seguindo este critério, e para que os dados sejam homogêneos e comparáveis com no ano anterior, se procedeu à revisão do número de escritórios de 2015

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

REDE COMERCIAL	2016	2015
IBÉRIA		
Agentes	10.176	9.498
Delegados	2.666	2.575
Corretores	5.365	5.268
Subtotal IBÉRIA	18.207	17.341
LATAM		
Agentes	14.977	13.286
Delegados	5.803	7.155
Corretores	33.102	32.357
Subtotal LATAM	53.882	52.798
INTERNACIONAL		
Agentes	10.479	8.548
Delegados	100	101
Corretores	1.358	1.542
Subtotal INTERNACIONAL	11.937	10.191
TOTAL DA REDE COMERCIAL	84.026	80.330

Este modelo comercial potencializa 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 2016.

Distribuição transversal

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

Ferramentas on-line

Existem plataformas on-line 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:

Na Argentina, foi implementado “ONE CLICK”, um portal de Marketing e Comunicação pensado exclusivamente para distribuidores da MAPFRE, que oferece ferramentas comerciais, informação de gestão e da empresa, entre outras coisas

Em Porto Rico, além de otimizar o portal de agentes foi desenvolvida uma ferramenta de tracking IMB (Intelligence Mail Barcode), de maneira que o colaborador comercial e/ou os clientes possam verificar o status da correspondência associada a uma apólice dentro do Sistema de Correio (USPS).

Redes sociais e aplicativos

O uso das redes sociais e dos aplicativos para dispositivos móveis (smartphones e tablets) ajudam também a promover o posicionamento da marca na internet e a redirecionar o negócio para os mediadores. Igualmente, elas são utilizadas para compartilhar experiências e trocar informações com mediadores, bem como para realizar campanhas especiais. Em 2016, alguns países desenvolveram novos canais e ferramentas de comunicação com colaboradores e corretores, como por exemplo na Guatemala, Porto Rico e em El Salvador, entre outros, onde se publicam em diferentes redes sociais aqueles produtos cujas vendas querem ser impulsionadas de maneira que os diferentes distribuidores possam compartilhar esses conteúdos em suas redes. No México foi implementado Facebook Live para agentes, no qual são compartilhados eventos ao vivo, relacionados ao interesse dos aliados e da estratégia comercial.

O objetivo destas ações é criar canais de comunicação direta entre a MAPFRE e seus agentes, que fomente a comunicação e a confiança destes.

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. Durante 2016 foram introduzidas melhoras e novas funcionalidades naqueles países que já dispõem de um portal de distribuidores, permitindo, por exemplo, o acesso a partir de todo tipo de dispositivos móveis a esse portal.

Outros incluíram em seu site 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 microssites específicas com seções de interesse para a gestão comercial diária.

Maior eficiência

Em 2016, 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 empregados vinculados à distribuição ou à coordenação de equipes comerciais.

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.

Um exemplo de eficiência é a inclusão de ferramentas de Business Intelligence para distribuidores, como é o caso de Malta, Turquia e Uruguai. Estas ferramentas permitem, entre outras coisas, um maior acompanhamento e análise dos resultados das campanhas de venda.

Comercialização eficaz

Em todos os países, continuaram sendo impulsionadas as plataformas tecnológicas vinculadas à comercialização, às campanhas comerciais, aos planos de incentivos e aos programas de captação e treinamento para fortalecer e incentivar, em nível local, o posicionamento na distribuição de seguros.

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	PERCENTAGEM
IBÉRIA	ESPAÑA	65
	PORTUGAL	80
	BRASIL	77
LATAM	PANAMÁ	52
	PERU	90
	COSTA RICA	85
INTERNACIONAL	NICARÁGUA	75
	MALTA	90
	PORTO RICO	74
	TURQUIA	77

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 flexibilidade do Grupo contribui 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 reputação da MAPFRE, que reforça a sua gestão com o cliente.

A MAPFRE também fomenta a conscientização ambiental de seus mediadores, impulsionando medidas que respeitem o meio ambiente e que além disso, resultem 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.

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.

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 ações adaptadas 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. Do mesmo modo, em alguns casos, continuou-se com o programa de treinamento específico para escritórios de canais complementares adaptado a necessidades concretas.

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, as ferramentas, as habilidades e as técnicas de vendas.

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

Em 2016, 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 2016, a formação foi distribuída da seguinte forma:

MEDIADORES	TIPO	HORAS
COMERCIAL	Multimídia	739.619
	Presencial	452.031
TRANSVERSAL	Multimídia	46.314
	Presencial	91.705
TÉCNICA	Multimídia	96.869
	Presencial	252.693
Total geral		1.679.230

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 e a adaptação a suas plataformas de comercialização e gestão, bem como campanhas e incentivos comerciais destinados a estes colaboradores.

No encerramento de 2016, o Grupo contava com 2.800 acordos de distribuição (158 deles com entidades financeiras) que complementam a atividade comercial de sua rede.

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

ACORDOS DE DISTRIBUIÇÃO	
TIPO	NÚMERO
Centros comerciais.	34
Concessionários de automóveis	1.503
Empresas de serviço	75
Bancos e entidades financeiras	158
Outros	1.030
TOTAL	2.800

A MAPFRE distribuiu seus produtos através de 9.028 seguros bancários (dos quais 3.181 estão localizados na Espanha; 5.653, no Brasil e 194 na República Dominicana).

Negócio Digital

Há alguns anos, a MAPFRE apostou por fazer parte do movimento digital lançando diferentes atividades, como a MAPFRE Internet, La Red en la Red (A Rede na Rede), Verti (Espanha) e as aquisições da InsureandGo e da Direct Line (Itália e Alemanha).

Atualmente, o Negócio Digital do Grupo MAPFRE é realizado em 22 países diferentes, operando sob diferentes marcas:

MAPFRE DIGITAL	VERTI	INSURE&GO	OUTROS
AMÉRICA DO NORTE	AMÉRICA DO NORTE	EMEA	BRASIL
Estados Unidos	Estados Unidos	Reino Unido	BB Seguros
Porto Rico	IBÉRIA	Irlanda	APAC
LATAM NORTE	Espanha	APAC	Indonésia ABDA
México	EMEA	Austrália	
República Dominicana	Itália		
Panamá	Alemanha		
LATAM SUR	APAC		
Colômbia			
Peru			
Chile			
Argentina			
BRASIL			
Brasil			
IBÉRIA			
Espanha			
Portugal			
EMEA			
Malta			
Turquia			
APAC			
Filipinas			



4.5. A MAPFRE e seus fornecedores

[G4-12]

Este capítulo dá resposta de maneira específica aos temas identificados como relevantes no estudo corporativo de materialidade realizado em 2016.

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 duas categorias principais de fornecedores:

- De serviços: aqueles 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: aqueles que não têm como objetivo os segurados, mas sim a empresa e suas atividades de gestão. Entre eles, estão as agências de viagem, empresas de consultoria, auditoria, gestão de imóveis, marketing e publicidade, impressão, etc.

^ (b)

Em 2016, manteve-se relação com 225.461 fornecedores e o custo total faturado a entidades de negócio segurador do Grupo ultrapassou 3.946 milhões de euros. A seguir, serão mostrados os detalhes:

	IBÉRIA		LATAM		INTERNACIONAL	
	N.º DE FORNECEDORES	CUSTO	N.º DE FORNECEDORES	CUSTO	N.º DE FORNECEDORES	CUSTO
ESPECÍFICOS (de serviços)	73.368	1.408,7	55.423	650,3	77.295	615,8
GERAIS (de suporte)	3.885	715,6	8.898	339,2	6.592	217,1

Custo (milhões de euros)

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-se o desenvolvimento da Plataforma de Compras Corporativa na Espanha, um portal único ao qual 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 como, por exemplo, a automação de atribuição de encargos a fornecedores de guias e patrimoniais, e implementação de App para comunicação com fornecedores patrimoniais (Espanha) e a introdução de plataformas online de fornecedores para controle e acompanhamento da gestão dos mesmos (Colômbia, Chile e Paraguai).

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-se 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 serem mais competitivos, estabelecendo um modelo global de gestão e relação com fornecedores de serviços de prestações.

Esse 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 é baseado em 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.

No ano 2015 foi iniciada a implantação do modelo, começando na Área Regional América Latina Norte (México). Durante o ano de 2016, continuou-se com a implementação do modelo nos diversos países em que a MAPFRE atua, desenvolvido o modelo na Área Regional de EMEA, América Latina Sul, Brasil e EUA. Durante o ano 2017, continuará a implantação prevista, com foco principal no desenvolvimento, bem como na evolução e medição de resultados em todos os países que estão desenvolvendo o modelo.

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. Deles, cabe 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 cento da faturação total do fornecedor (é recomendável que a faturação com a MAPFRE não supere 25 por cento 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 de necessidades.
- Homologação para cada tipologia de fornecedor.
- Análise das capacidades proporcionadas pelos distintos fornecedores e de sua cobertura geográfica.
- Demonstração de flexibilidade diante mudanças.
- Processo de negociação, estabelecendo os preços/tarifas de mercado a aplicar.
- 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 do cumprimento de condições contratuais.
- Processo de pagamento.

Na prestação do serviço, a MAPFRE promove as boas práticas ambientais e os objetivos indicados na política do Grupo nesta matéria.

Do mesmo modo, incentiva o bom desempenho ambiental de seus fornecedores, através de cláusulas em todas as licitações de contratação e nos contratos de serviços executados nas instalações.

Os fornecedores de serviços se encontram em um processo de avaliação permanente que garante a continuidade de suas autorizações e de sua capacidade de serviço e o cumprimento dessas medidas é auditado pela 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. Na análise de avaliação são levadas em conta, especialmente, a

solidez e fiabilidade de cada empresa, tanto do ponto de vista financeiro e de solvência como do ponto de vista 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, é motivo de não homologação de um fornecedor recusar-se a assinar ou não cumprir alguma 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.

4.5.5. Fidelização e avaliação da qualidade do serviço

[G4-HR5, HR6, HR11]

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. Em geral, é realizada uma avaliação do grau de cumprimento do serviço, do prazo em que foi realizado e da competitividade de suas tarifas.

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 seguimento.

Neste sentido, cumpre destacar a satisfação demonstrada pelos fornecedores de alguns países, como Chile (80 por cento), Porto Rico (89 por cento), Panamá (68 por cento), Espanha (97 por cento) nos diferentes estudos realizados.

4.5.6. Formação

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 on-line e presenciais, que facilitam seu trabalho e contribuem com conhecimentos sobre modificações legislativas, desenvolvimentos tecnológicos e outros assuntos relevantes.

Em 2016 foram realizadas atividades de formação para fornecedores, entre as quais se destacam:

- Portugal: Formação sobre o novo plano de segurança.
- Colômbia: Formação sobre a nova estratégia de fornecedores como embaixadores de marca

– Nicarágua e Guatemala: Formação sobre as características da apólice e o procedimento de atendimento e reembolso das despesas médicas para fornecedores de serviços médicos.

– Porto Rico: Anualmente é realizada uma palestra sobre a política média ambiental, em particular informação sobre as emergências ambientais, programas de resíduos sólidos e manejo de resíduos nas instalações da MAPFRE.

– Brasil: foi realizada a quarta edição anual do Workshop de Inspeção de Riscos.

– Espanha: foi celebrado o primeiro encontro com fornecedores de serviços no qual foram abordados os princípios e valores nos quais é baseado o compromisso da MAPFRE com este grupo, assim como o Plano de Sustentabilidade do Grupo. No total, mais de 12.000 horas de formação foram ministradas a fornecedores da Espanha, sobre coberturas das apólices, ferramentas de gestão de serviços e atendimento ao cliente

– Também formação no Peru, Paraguai, Chile, México, Panamá e República Dominicana.

4.6. A MAPFRE e a sociedade

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

Contribuição econômica para a sociedade

O exercício da atividade de seguros gera um valor econômico direto através do fluxo constante de transações realizadas (cobrança de prêmios, pagamento de prestações, gerenciamento de investimentos, etc.), que incide em vários aspectos relacionados ao desenvolvimento econômico e social do ambiente no qual a entidade opera. Da receita consolidada do exercício pelo valor de 27.092,1 milhões de euros (26.702,2 milhões de euros em 2015), a MAPFRE contribuiu economicamente para a sociedade da seguinte forma:

NO EXERCÍCIO DE SUA ATIVIDADE	
CONCEITO	2016
Prestações pagas ⁽¹⁾	15.500,4
Pagamento a fornecedores ⁽²⁾	7.264,4
Pagamentos, salários e outros ⁽³⁾	1.548,5
Subtotal da atividade	24.313,3
Dividendos ⁽⁴⁾	786,7
Subtotal dos acionistas	786,7
Pagamentos líquidos por impostos sobre lucros	471,5
Segurança Social	235,4
Subtotal AA.PP	706,9
Juros pagos	53,3
Outras despesas relacionadas	44,1
Subtotal de financiamento	97,4
Total	25.904,3

Dados em milhões de euros

(1) Prestações pagas e gastos relacionados do seguro direto e resseguro aceito.

(2) Inclui o pagamento de comissões e de outros serviços da atividade.

(3) O montante de ordenados e salários chegou a 1.211,8 milhões de euros em 2016 (1.191,5 milhões de euros em 2015).

(4) Pagamentos por dividendos realizados no exercício.

COMO INVESTIDOR INSTITUCIONAL	
CONCEITO	2016
Recursos administrados de terceiros ⁽⁵⁾	38.488,3
Total investimentos	45.088,0
Aplicações financeiras	42.541,0
Renda fixa	38.399,8
- Emitida por governos	28.390,2
- Outros títulos de renda fixa	10.009,6
Outros investimentos financeiros	4.141,2
Investimentos imobiliários ⁽⁶⁾	1.274,8
Outros investimentos	1.272,2

(5) Provisões técnicas de Vida, fundos de aposentadoria, fundos de investimento e carteiras administradas.

(6) Exceto imóveis de uso próprio.

PRINCIPAIS INDICADORES DA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL DA MAPFRE

EMPREGO DIRETO/ INDIRETO

- **37.020** empregos diretos, com **96,5** por cento de contratação fixa.
- Mais de **84.000** agentes, representantes e corretores trabalham com a MAPFRE.
- Mais de **225** mil fornecedores com os quais a MAPFRE mantém uma relação comercial ou de serviço.

TREINAMENTO E PRÁTICAS

- **18,4** milhões de euros investidos (**1,2** por cento do valor das retribuições de 2016).
- Mais de **390** acordos com instituições educativas e universidades para a realização de práticas na empresa.
- Em 2016, mais de **1.100** bolsistas de **33** países fizeram estágio no Grupo.

DIVERSIDADE DE GÊNERO

- **38,6** por cento dos funcionários com cargo de diretoria/chefia são mulheres.
- **54** mulheres ocupam postos da diretoria executiva ou postos em Conselhos de Administração.
- O Conselho de Administração da MAPFRE S.A. conta com quatro mulheres entre seus membros, o que representa **27** por cento dos membros.

DIVERSIDADE CULTURAL

- **78** nacionalidades convivem no Grupo.
- Nas áreas corporativas há funcionários de **34** nacionalidades.
- **78,2** por cento dos funcionários da Diretoria Executiva e diretores que trabalham nas empresas do Grupo são nativos do país no qual desenvolvem sua atividade.
- É promovida a mobilidade internacional. Em 2016, um total de **105** funcionários mudaram seu posto de trabalho para outro país.

DIVERSIDADE GERACIONAL

- Geração Z: **1.740** funcionários.
- Geração Y: **10.213** funcionários.
- Geração X: **15.503** funcionários.
- Baby Boomers: **9.083** funcionários.
- Veteranos: **481** funcionários.
- Programa global de Trainees para impulsionar o talento jovem, incorporando **22** jovens de quatro nacionalidades (Espanha, China, Romênia e Turquia).

EMPRESA SAUDÁVEL E SEGURA

- **81,4** por cento do quadro têm representação em comitês de saúde e segurança formados conjuntamente pela diretoria e por funcionários, que foram estabelecidos para ajudar a controlar e prestar assessoria sobre este assunto.
- **156** campanhas de saúde realizadas em 2016.
- Campanha de **24 horas** de Doação de Sangue.

MEDIDAS DE CONCILIAÇÃO

- Mais de **30.000** funcionários beneficiados por algum tipo de medida de conciliação da empresa: horário de trabalho flexível, trabalho em meio período, jornada de trabalho reduzida, teletrabalho, licenças remuneradas e não remuneradas, licenças por motivos pessoais ou de estudos, programa de integração de funcionários depois de uma licença de longa duração.

VOLUNTARIADO

- Mais de **5.700** voluntários da MAPFRE participam do programa de voluntariado da Fundación MAPFRE.
- Mais de **1.000** atividades realizadas em programas assistenciais, ambientais.
- Mais de **666.200** beneficiários.

INOVAÇÃO

- Mais de **100** projetos de inovação na empresa.
- Participação em veículos investidores, como Alma Mundi.
- Observatório Startup: monitoramento do ecossistema Insurtech/Fintech para estabelecer relações com as empresas mais relevantes neste âmbito.
- Exploração de novos modelos de Startups, participando de processos aceleração.
- **32** produtos e serviços de segurança lançados no mercado em 2016.

MUDANÇA CLIMÁTICA

- Ecoeficiência em edifícios: Estima-se que a campanha de sensibilização “Cool Biz”, que foi realizada nos meses de verão de 2015 e 2016 conseguiu conter em apenas 4 meses aproximadamente **700.000 kWh** e € **100.000** em relação à situação de 2014, anterior à implantação da medida.
- Compra de energia verde: 100 por cento do total da energia elétrica adquirida pelo Grupo na Espanha teve garantia de origem renovável, o que representa uma redução de **8.822 Tm CO₂e** e cerca de **65.000.000 kWh**.

GESTÃO EFICIENTE DOS RECURSOS

- Energia: É previsto que a gestão eficiente dos sistemas de climatização (ajustes de tempos e temperaturas) nas sedes da Espanha, Porto Rico, Peru, Estados Unidos e Portugal, represente uma economia de energia com uma redução de emissões estimada de **208 Tm CO₂e**.
- Papel e toner: Em 2016, **68** por cento do papel consumido possuía rótulo de certificação de gestão sustentável da exploração dos bosques (FSC) e papel neutro em carbono.



Objetivos de Desenvolvimento Sustentável 2030 das Nações Unidas e Direitos humanos

A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas estabelece um plano de ação para responder aos grandes desafios sociais, ambientais e de governança. Seus 17 objetivos têm como foco, entre outros, as pessoas, o planeta, o desenvolvimento econômico sustentável e o fortalecimento das instituições.

Para a MAPFRE, contribuir com a Agenda 2030 é parte de seu compromisso com o desenvolvimento sustentável. Por isso, ela incluiu uma linha de trabalho específica no Plano de Sustentabilidade do Grupo 2016-2018 e foram propostos dois grandes objetivos: (1) determinar o posicionamento da MAPFRE com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e (2) medir a contribuição para esses objetivos.

Em 2016, foi realizado um primeiro nível de análise e identificação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), tomando como referência as 15 linhas de trabalho do Plano de Sustentabilidade do Grupo, que permitiu conhecer em profundidade cada um dos ODS e suas metas.

Em 2017, será concluído o processo que permitirá posicionar o Grupo naqueles ODS nos quais possa ter uma maior contribuição e estabelecer metas e objetivos específicos.

Ao mesmo tempo, a MAPFRE está realizando uma autoavaliação em matéria de direitos humanos, seguindo os Princípios Reitores sobre Empresas e Direitos humanos das Nações Unidas. Para isso, está sendo utilizado o Guia de Implantação elaborado pela Rede Espanhola do Pacto Mundial que utiliza uma metodologia online e interativa.

Já foi realizada uma primeira autoavaliação na MAPFRE BRASIL e foi iniciado o processo na Colômbia e no México.

A metodologia do guia oferece formação completa nos Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos humanos que

realizaram os responsáveis por fazer a autoavaliação. O guia permite identificar os principais riscos e impactos, e estabelecer um plano de ação.

Este processo de autoavaliação faz parte da mesma linha de trabalho que a MAPFRE estabeleceu no Plano de Sustentabilidade para contribuir com a Agenda 2030.

A MAPFRE está comprometida com os direitos humanos, não só por incluir na Política de RSC uma seção específica sobre direitos humanos, mas também porque renova anualmente seu compromisso público com os Princípios de Global Compact, através do Relatório de Progresso.

Além disso, dispõe de mecanismos de prevenção e controle sobre temas vinculados aos direitos humanos que foram referidos na seção de Ética e Responsabilidade Social.

Prêmios e reconhecimentos

Parte dessa contribuição social para com a sociedade feita pela companhia é confirmada pelos prêmios e reconhecimentos que a MAPFRE recebeu em 2016. A seguir, há uma lista com os principais:

GRUPO MAPFRE

- MAPFRE, reconhecida como empresa de “Nível Avançado” em matéria de Responsabilidade Social, pelo quinto ano consecutivo, pelo Pacto Mundial das Nações Unidas.
- MAPFRE, uma das empresas líderes por sua atuação contra a mudança climática e incluída, por segundo ano consecutivo, na classificação Climate A-List da organização CDP-Driving Sustainable Economies.

ÁREA TERRITORIAL IBÉRIA

- Antonio Huertas, reconhecido como um dos melhores CEO de 2016 da Espanha pela revista Forbes.
- MAPFRE, uma das melhores empresas para trabalhar (Best Workplaces) na Espanha, segundo o Great Place to Work.
- MAPFRE, a nona empresa com melhor reputação da Espanha e primeira do setor de seguros na Espanha, segundo o MERC0 (Monitor Empresarial de Reputação Corporativa).
- MAPFRE, a melhor companhia de seguros para trabalhar na Espanha e a 11.ª no ranking global, segundo Merco Talento 2016.

– MAPFRE, no posto n.º 15 do ranking do Informe Reporta da Espanha, que distingue as empresas com melhor informação pública.

– O aplicativo Digital Dispatch, premiado nos “Prêmios 50 melhores Ideia Digitais” de Expansión.

– MAPFRE e VERTI, premiadas nos VII Platinum Contact Center Awards.

– MAPFRE ESPANHA, MAPFRE VIDA e VERTI, vencedora de prêmios no concurso de luta contra fraude, organizado pelo ICEA.

– MAPFRE Espanha, vencedora dos prêmios de generosidade de Marca de Affinion como a seguradora mais “generosa”.

ÁREA TERRITORIAL LATAM

– MAPFRE, uma das melhores empresas para trabalhar (Best Workplaces) na América Central, América Latina, Brasil, Caribe, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, República Dominicana e Peru.

– MAPFRE, entre as 100 empresas com melhor reputação na América Latina, na Argentina, no Equador e no Peru, segundo o MERCOS (Monitor Empresarial de Reputação Corporativa).

– MAPFRE ARGENTINA, reconhecida com o oitavo posto nos prêmios Prestígio concedidos pelo Grupo Sol.

– MAPFRE BRASIL, eleita como a seguradora mais sustentável do país, segundo o Guia “Exame de Sustentabilidade”.

– BB E MAPFRE, premiada como empresa “Top Employer”.

– MAPFRE BRASIL, reconhecida como a empresa mais inovadora do país na categoria de “Seguradoras e planos de saúde” pelo anuário do “Valor Inovação Brasil 2016”.

– MAPFRE CHILE, vencedora do segundo prêmio do concurso nacional de luta contra a fraude e reconhecimento na categoria de entidade com participação ininterrupta.

– CESVI COLOMBIA, premiada com o reconhecimento ambiental CAR a empresas sustentáveis.

– Reconhecimento como Best Customer Experience à MAPFRE México pelo Grupo IZO, por sua experiência de serviço a seus clientes.

– MAPFRE MÉXICO, escolhida como Seguradora Ideal 2016 pela revista Yo Agente.

– MAPFRE MEXICO, uma das 50 empresas mais inovadoras de 2016, segundo a revista Innovation Week.

– MAPFRE PARAGUAI, reconhecida com a oitava posição nos prêmios Prestígio à Reputação da Marca, pelo jornal 5 Días.

– MAPFRE PERU, prêmio DIGI à “Melhor plataforma móvel” 2016, pelo Interactive Advertising Bureau.

– MAPFRE BHD, reconhecida como uma das melhores empresas para trabalhar, segundo a revista Mercado.

ÁREA TERRITORIAL INTERNACIONAL

– MAPFRE INSURANCE, prêmio à melhor companhia de seguros nos Central Massachusetts Awards.

– MAPFRE ASISTENCIA, reconhecida na Hungria como seguradora com melhor atendimento ao cliente do ano.

– MAPFRE PORTO RICO, reconhecida pela formação integral da juventude porto-riquenha pelo Instituto Modelo Ensino Individualizado (IME).

– MAPFRE PORTO RICO, vencedora do prêmio Excelência nas práticas de Responsabilidade Social Corporativas pela Câmara de Comércio da Espanha e Porto Rico.

– INSUREANDGO REINO UNIDO, premiada por sua publicidade radiofônica pelos The Travel Marketing Awards.

– INSUREANDGO REINO UNIDO, melhor seguradora de viagem pelos Personal Finance Awards.

PRINCIPAIS ASSOCIAÇÕES

[G4-15, 16]



ÁREA TERRITORIAL IBÉRIA

Espanha

- Pesquisa Cooperativa entre Entidades Seguradoras (ICEA)
- União Espanhola de Entidades de Seguros e Resseguros (UNESPA)
- Associação de Instituições de Investimento Coletivo e Recursos de Pensões (INVERCO)
- Instituto de Auditores Internos da Espanha
- Associação Espanhola de Gestão de Riscos (AGERS)
- Associação para o Desenvolvimento da Experiência do Cliente (DEC)
- Associação espanhola de marketing direto e Academia das ciências e das artes da televisão

Institucionais

- Associação Internacional de Seguradoras contra Granizo (AIAG)
- Associação Latino-americana de Subscritores Marítimos (ALSUM)
- Associação Latino-americana do Seguro Agropecuário (ALASA)
- Associação Pan-americana de Cauções (APF PASA)
- Corporate Excellence
- CRO Fórum - Associação de Genebra
- European Financial Services Roundtable
- Global Reinsurance Forum (GRF)
- Iniciativa Financeira do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEPFI)
- Associação Internacional de Seguradoras de Engenharia (IMIA)
- União Internacional de Seguradoras Aeroespaciais (IUAI)
- International Union of Marine Insurance (IUMI)
- Multinational Insurance Compliance Officer Roundtable (MICOR)
- Organização Mundial do Turismo (OMT)
- Pan-European Insurance Forum
- Rede Espanhola do Pacto Mundial
- Seção Espanhola de AIDA, a Associação Internacional de Direito de Seguros (SEAIDA)
- The European Insurance CFO Forum

Portugal

- Associação Portuguesa de Seguradores
- Câmara de Comércio e Indústria Luso Espanhola

ÁREA TERRITORIAL LATAM

<p>Argentina</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Associação Argentina de Produtores Assessores de Seguros (AAPAS) – Associação Argentina de Companhias de Seguros (AACS) – Câmara Espanhola de Comércio da República Argentina (CECRA)
<p>Brasil</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE) – Associação Brasileira de Anunciantes (ABA) – Associação Brasileira de administradoras de Consórcio (ABAC) – Associação Internacional de Direitos de Seguros (AIDA) – Câmara Oficial Espanhola de Comércio no Brasil – Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Complementar e Capitalização (CNSEG) – Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDs) – Federação das Empresas de Previdência e Vida (FENAPREVI) – Federação Nacional de Seguros Gerais (FENSEG) – Iniciativa Financeira do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEP FI) – Panamerican Surety Association (PASA)
<p>Chile</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Associação Chilena de Empresas de Seguros do Chile (AACH) – Câmara Oficial Espanhola de Comércio do Chile (CAMACOES)
<p>Colômbia</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Associação Colombiana de Direito de Seguros (ACOLDESE) – Câmara de Comércio Bogotá (CCB) – Centro de Experimentação e Segurança Viária Colômbia (CESVICOLOMBIA) – Conselho Colombiano de Segurança (CCC) – Federação de Seguradoras Colombianas (FASECOLDA) – Fundação de Seguradoras Colombianos (FUNDASEG) – Instituto Nacional de Seguros (INS) – Life Insurance Marketing Research Association (LIMRA) – Life Office Management Association (LOMA)
<p>El Salvador</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Associação Salvadorenha de Empresas de Seguros (ASES)
<p>Guatemala</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Associação Guatemaltense de Empresas de Seguros (AGIS) – Câmara Oficial Espanhola de Comércio na Guatemala
<p>Honduras</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Câmara de Seguradores de Honduras – Câmara de Comércio e Indústria do País – Fundação Hondurenha de Responsabilidade Social Empresarial



México	<ul style="list-style-type: none">– Associação Mexicana de Instituições de Seguros (AMIS)– Associação Latino-americana do Seguro Agropecuário (ALASA)– Comissão Nacional de Seguros e Cauções (CNSF)
Nicarágua	<ul style="list-style-type: none">– Associação Nicaraguense de Seguradoras Privadas (ANAPRI)
Panamá	<ul style="list-style-type: none">– Associação Panamenha de Seguradoras (APADEA)– Câmara Panamenha de Empresas do Corretagem de Seguros (CAPECOSE)– Superintendência de Seguros
Paraguai	<ul style="list-style-type: none">– Associação Paraguaia de Empresas de Seguros (APCS)– Câmara de Anunciantes do Paraguai (CAP)– Câmara Oficial Espanhola de Comércio no Paraguai– Associação Paraguaia para a Qualidade
Peru	<ul style="list-style-type: none">– Associação Peruana de Empresas de Seguros (APESEG)– Associação Peruana de Instituições de Atendimento à Saúde (APEPS)
Porto Rico	<ul style="list-style-type: none">– Associação de Empresas de Seguros de Porto Rico (ACODESE)– Associação de Executivos de Vendas e Marketing de Porto Rico– Câmara Oficial Espanhola de Comércio em Porto Rico– Sociedade para a Gerência dos Recursos Humanos– The Surety & Fidelity Association of America– Postal Customer Council (US Postal Service)
República Dominicana	<ul style="list-style-type: none">– Associação Dominicana de Corretoras de seguros (ADOCOSE)– Associação Dominicana de Empresas de Investimento Estrangeiro (ASIEX)– Câmara Dominicana de Seguradoras e Resseguradoras (CADOAR)– Conselho Nacional da Empresa Privada (CONEP)
Uruguai	<ul style="list-style-type: none">– Associação Uruguaia de Empresas de Seguros (AUDEA)
Venezuela	<ul style="list-style-type: none">– Câmara Seguradora da Venezuela– Câmara Venezuelana Espanhola de Indústria e Comércio (CAVESPA)– Câmara de comércio



ÁREA TERRITORIAL INTERNACIONAL

Alemanha

- Associação Alemã da Indústria do Seguro (GDV)

Bélgica

- Union Professionnelle des Entreprises d'Assurances (ASSURALIA)
- Associação Francesa de Profissionais de Resseguro (APREF)
- Câmara de comércio Espanhola na Bélgica
- Federação Nacional de Empresas de Resseguros (FENABER)

EUA

- American Marketing Association
- Insurance Marketing Communications Association
- Insurers Public Relations Council
- International Association of Business Communicators
- Região ocidental: Independent Insurance Agents & Brokers of California, Independent Broker Network, BIG Independent Group, American Agents Alliance, Insurance Brokers Association, East Bay Independent Agents Association
- Região nordeste: Massachusetts Association of Insurance Agents (MAIA), Independent Insurance Agents of Rhode Island (IIARI), Professional Insurance Agents of NH (PIANH), Independent Insurance Agents of NH (IIANH) e Maine Independent Insurance Agents (MIAA).
- Região central: Ohio Ins Institute, Ind Ins Agents & Brokers for the states of Oregon/Washington/Idaho, Ind Insurance Agents of Kentucky, Ohio Insurance Agents, 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, Cincinnati Insurance Board
- Região atlântica: NJ Professional Insurance Agents (NJ PIA), Independent Agents and Brokers of NJ (IIAB) Independent Insurance Agents of Connecticut (IIAC), Professional Insurance Agents of Connecticut (PIACT), Insurance Council of New Jersey (ICNJ) Pennsylvania - Pennsylvania Insurance Agents & Brokers (PA Chapter), Philadelphia Insurance Society. (local). Pittsburgh Insurance Club (local)

Riscos globais:

- Crop Insurance and Reinsurance Bureau (CIRB)

Filipinas	<ul style="list-style-type: none"> – Philippine Insurers and Reinsurers Association (PIRA)
Turquia	<ul style="list-style-type: none"> – Association of the Insurance, Reinsurance and Pension Companies of Turkey (TSB) – International Investors Association of Turkey (YASED) – HR Association (PERYON) – Training and Development Platform of Turkey (TEGEP)



05

A dimensão meio ambiental da MAPFRE

Integração do meio ambiente no negócio

– Integração de critérios ambientais nos processos de análises de riscos e na decisão de operações de investimentos, assim como na rede de fornecimento, na gestão de imóveis e outros que possam exercer impactos ambientais, energéticos ou relacionados com a mudança climática.

– Desenvolvimento de produtos e serviços que contribuam para melhorar a gestão do risco ambiental, do consumo sustentável de energia e da redução de emissões de gás que gera o efeito estufa.



$$\{ \text{coerente} \} + \frac{\text{Realidade Econ\^{o}mica}}{\text{Realidade Social}}$$

5.1. O compromisso da MAPFRE com o meio ambiente e a sustentabilidade

[G4-FS1, FS3]

O compromisso da MAPFRE com o meio ambiente e a sustentabilidade é baseado na Política Ambiental do Grupo. Esta política, centrada no princípio da prevenção de contaminações e nos cuidados com o meio ambiente, passou por diversas revisões para incorporar a assinatura de novos compromissos

adequados ao ambiente e aos requisitos internos e dos grupos de interesse:

- critérios de gestão energética
- gestão de mudanças climáticas
- preservação da biodiversidade

A Política Ambiental Corporativa, referendada pelo Conselho de Administração da MAPFRE, órgão executivo máximo do Grupo, estabelece os seguintes pilares de atuação:

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 Mudança Climática.

– Uso racional de recursos para a minimização da pegada ambiental 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..



Os compromissos assumidos na Política são reforçados pela adesão da MAPFRE a iniciativas internacionais e locais, em favor do desenvolvimento sustentável e ao Plano Estratégico Corporativo de Eficiência Energética e Mudanças Climáticas até 2020, que estabelece a redução de 20% do volume (em toneladas) de CO₂e com relação à pegada de carbono do Grupo em 2013 (redução de 14.710.519 kWh e 9.924 toneladas de CO₂e com relação ao ano de 2013).

Além disso, foi incorporada ao Plano de Sustentabilidade do Grupo MAPFRE 2016-2018 uma linha de trabalho específica, relacionada à proteção e preservação do Meio Ambiente, combate às Mudanças Climáticas e gestão dos nossos impactos ambientais.

5.2. O sistema integrado de gestão ambiental, energética e de pegada de carbono: SIGMAYE

[G4-34; 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 do 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.

A tabela a seguir mostra as auditorias ambientais realizadas nos últimos três anos:

AUDITORIAS AMBIENTAIS DE ATIVOS	INDICADORES GRI		2016	2015	2014
Diagnósticos e supervisões ambientais	FS9	Unidades	84	11	18
Auditorias ambientais internas	FS9	Unidades	47	41	33
Auditorias ambientais de certificação	FS9	Unidades	19	26	22
Porcentagem de ativos sujeitos a controles ambientais	FS9	Porcentagem	28,61	25,04	21,58

Em relação a multas por transgressões ambientais, não há qualquer registro de recebimento de multas significativas em 2016.

CUSTOS AMBIENTAIS ASSOCIADOS À GESTÃO:

Para cumprir as metas e objetivos envolvidos em um sistema integrado de gestão ambiental, a MAPFRE mobiliza não só recursos financeiros, mas também recursos internos, como a participação das Áreas e Diretorias necessárias para sua realização. Com relação aos custos econômicos, os serviços aos quais se destinam as principais valores considerados como gastos ambientais são os seguintes:

- Gestão ambiental, que contempla serviços de consultoria e assessoria em gestão ambiental, eficiência energética e de pegada de carbono, assim como supervisões, auditorias e verificações externas para a certificação do Sistema Integrado de Gestão (SIGMAYE).
- Gestão de resíduos.
- Custos salariais e operacionais do pessoal dedicado, de forma exclusiva, à gestão ambiental.
- Participação em campanhas, fóruns e instituições.

CUSTOS AMBIENTAIS	INDICADORES GRI		2016	2015	2014
Gestão ambiental	EN31	Milhares de euros	244,25	128,60	47,07
Gestão de resíduos	EN31	Milhares de euros	491,72	469,12	375,32
Pessoal e incentivos	EN31	Milhares de euros	854,90	508,90	471,09
Institucionais	EN31	Milhares de euros	63,61	99,57	15,84
Outros	EN31	Milhares de euros	2,98	46,94	76,34

FUNCIONÁRIOS QUE TRABALHAM EM EDIFÍCIOS CERTIFICADOS:

Mais de 61,58% do volume de prêmios da companhia são gerenciados 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.

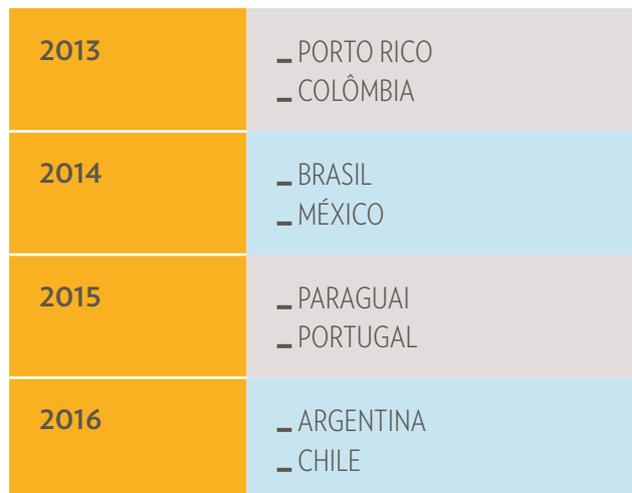
A tabela a seguir mostra a evolução do SIGMAYE em suas diferentes vertentes, que ocorreu nos últimos três anos:

	2016	2015	2014
Funcionários sob o certificado de gestão ambiental (ISO 14001)	10.620	9.644	8.019
Funcionários sob o certificado de gestão energética (ISO 50001)	4.233	4.305	3.336
Funcionários sob verificação da pegada de carbono (norma ISO 14064)	12.720	11.089	0

5.2.1. Plano de Expansão Ambiental Internacional

A implementação do SIGMAYE começou orientada inicialmente aos edifícios representativos da MAPFRE localizados na Espanha, onde a atividade era de caráter administrativo e na qual se concentravam tanto um elevado volume de negócio como a maior porcentagem das capacidades do Grupo em matéria ambiental. Durante esta primeira etapa, foram contemplados aspectos puramente ambientais, uma vez que a gestão energética no sistema de gestão foi incorporada mais adiante.

Atualmente, já são 34 edifícios e 3 oficinas de manutenção de veículos os que estão certificados sob a norma ISO 14001 no Grupo MAPFRE. O gráfico a seguir mostra os países que foram certificados no âmbito do Plano de Expansão Internacional, desde 2010.



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:



→ 100% ←

Depois de selecionados 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.

Por último, e conhecendo em detalhe os consumos energéticos através do inventário, assim 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.

SIGMAYE		
Fase I	Fase II	Fase III
<p>ISO 14001 Gestão ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> – Conhecimento da organização e das instalações (visita/questionário) – Identificação de aspectos ambientais e análise de requisitos de conformidade legal – Diagnóstico Ambiental e Plano Estratégico. – Comunicação da Política Ambiental. – Formalização do Comitê de Segurança e Meio Ambiente. – Indicadores de desempenho e definição de objetivos de melhoria. – Implementação de procedimentos operacionais. – Auditoria interna – Auditoria de certificação – Auditorias periódicas e de nova certificação 	<p>ISO 14064 Pegada de carbono</p> <ul style="list-style-type: none"> – Levantamento do ambiente: definir o banco de dados das instalações – Levantamento das fontes de emissão (energia elétrica, gás, combustíveis, veículos, viagens, etc.). – Levantamento dos fatores de emissão. – Coleta de dados de consumo ao ano. – Desenvolvimento da plataforma de suporte para cálculo da pegada de carbono. – Desenvolvimento do método de cálculo da pegada de carbono. – Cálculo da pegada de carbono da entidade. – Redação do relatório de inventário de gases do efeito estufa. – Auditoria interna – Verificação do cálculo e do relatório de inventário do GEE 	<p>ISO 50001 Gestão energética</p> <ul style="list-style-type: none"> – Revisão energética inicial – Avaliação dos usos energéticos, linha de base de energia e indicadores do desempenho energético. – Controle histórico de consumos – Verificação de analisadores de rede internos – Programa energético com definição de objetivos e consumos previstos – Registro de identificação e avaliação de requisitos legais – Implementação de procedimentos corporativos – Auditoria interna – Auditoria de certificação – Auditorias periódicas e de nova certificação

Cobertura SIGMAYE



– Certificado de Gestão Ambiental ISO 14001 em 34 edifícios e 3 oficinas Multiservicar, incluindo as sedes da entidade em 9 países

– Certificado de Gestão Energética ISO 50001 em 12 edifícios da MAPFRE na Espanha

– 10.620 funcionários no mundo trabalham sob o certificado de gestão ambiental

– Verificação e cálculo da pegada de carbono na Espanha, Colômbia e Porto Rico, conforme a norma ISO 14064

– Expansão do SIGMAYE para 14 países

Melhores práticas 2016

– MAPFRE COLÔMBIA é reconhecida pelo Departamento de Meio Ambiente como uma das organizações responsáveis pela Gestão Ambiental Corporativa no nível de ação “Aproximar”, que reconhece o cumprimento da normativa, conceitos básicos de produção e consumo sustentável.

5.3. Objetivos alcançados em 2016 e os desafios para os próximos anos

[G4-6; EN6]

5.3.1. Resultados 2016

A tabela a seguir mostra as ações realizadas em 2016 e as conquistas obtidas para cada um dos objetivos estabelecidos:

OBJETIVOS 2016	AÇÕES REALIZADAS E CONQUISTAS OBTIDAS
Plano corporativo de conscientização e divulgação ambiental	<ul style="list-style-type: none"> – Implementação do curso e-learning corporativo sobre meio ambiente. – Desenvolvimento e implementação de iniciativas ambientais com participação global (Calendário Ambiental, Hora do Planeta, Dia Mundial do Meio Ambiente, etc.). – Projetos de preservação da biodiversidade (proteção do Ártico e das espécies que o habitam, catálogo de espécies protegidas nos países em que a MAPFRE opera, incorporação nas recomendações de segurança em viagem corporativa de especificações para evitar o tráfico ilegal de espécies e exposição itinerante de fotografia). – Avanço do plano de mobilidade sustentável do complexo de Majadahonda (Espanha), sede social do grupo.
Plano de Expansão Ambiental Internacional	<ul style="list-style-type: none"> – Certificação ISO 14001 da sede da MAPFRE Argentina. – Certificação ISO 14001 da sede da MAPFRE Chile. – Certificado ISO 14001 das sedes das Diretorias Regionais da Catalunha (Sant Cugat del Vallés) e Madrid (Luchana). – Implantação do SIGMAYE em sua vertente ambiental em: <ul style="list-style-type: none"> - MAPFRE República Dominicana - MAPFRE Venezuela – Identificação dos requisitos legais e ambientais na MAPFRE Peru. – Ampliação do certificado de gestão energética ISO 50001 aos edifícios-sedes das Diretorias Territoriais Gerais do Norte, em Bilbao, e do Sul, em Málaga, todas na Espanha. Também foi certificado o Campus Universitário Monte del Pilar, em Madrid.
Plano de Gestão e Otimização de Recursos	<ul style="list-style-type: none"> – Homologação e seleção ambiental de fornecedores corporativos. Compra de energia de origem 100% renovável na Espanha. – Economia estimada de consumo energético para climatização de 688.962 kWh, através da regulagem de tempos e temperaturas e uso de ar primário nos edifícios-sedes no âmbito do SIGMAYE na Espanha, Porto Rico, Peru, Estados Unidos e Portugal. – Economia prevista no consumo elétrico para iluminação de 78.133 kWh, através da substituição por lâmpadas de LED e regulagem de tempos de uso nos edifícios-sedes dentro do âmbito do SIGMAYE na Espanha, Argentina, Peru, Colômbia, Estados Unidos, Porto Rico, Paraguai, Chile e Portugal. – Economia prevista no consumo elétrico de 56.902 kWh em equipamentos de automação, por meio da implementação de ferramentas de gestão da energia nos edifícios-sedes dentro do âmbito do SIGMAYE na Espanha e na Colômbia. – Economia do consumo elétrico em equipamentos de automação de escritório, com a implantação de ferramentas de gestão da energia em fornecedores (rede comercial de agências delegadas). Redução do consumo elétrico 700.000 kWh com relação a 2012, ano de implementação da ferramenta.
Plano Estratégico de Eficiência Energética e Mudanças Climáticas	<ul style="list-style-type: none"> – Verificação do Cálculo da Pegada de Carbono do Grupo, conforme a norma ISO 14064, na Espanha, Porto Rico e Colômbia. – Realização da campanha “Cool Biz” da MAPFRE na Espanha e em Malta. – Projeto de escritórios ecoeficientes para a rede comercial na Espanha.

(100) ↑ ↑

5.3.2. Desafios 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 obter uma cobertura homogênea, com dimensão corporativa, das diretrizes ambientais do Grupo, a luta contra a mudança climática e a preservação da biodiversidade, entre outras:



PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS AMBIENTAIS	
Plano Estratégico de Eficiência Energética e Mudanças Climáticas	<ul style="list-style-type: none">– Ampliação das políticas de uso e implementação de ferramentas para a gestão de energia dos equipamentos de automação de escritório– Renovação de instalações com uso significativo de energia nas sedes mais emblemáticas– Projeto Escritórios Ecoeficientes para a rede comercial– Expansão do cálculo da Pegada de Carbono da MAPFRE, conforme a norma ISO 14064– Verificação de critérios de sustentabilidade nos edifícios através de certificações específicas
Conscientização e Divulgação Ambiental	<ul style="list-style-type: none">– Desenvolvimento e implementação de iniciativas ambientais com participação global e local– Implementação global do curso e-learning corporativo sobre meio ambiente– Projetos de conservação da biodiversidade– Promoção do empreendedorismo verde
Expansão Ambiental	<ul style="list-style-type: none">– Ampliação do certificado de gestão energética ISO 50001 a novas sedes de entidades do Grupo MAPFRE– Ampliação do certificado de gestão ambiental ISO 14001 em novas sedes de entidades da MAPFRE nos países onde opera
Gestión y Optimización de Recursos	<ul style="list-style-type: none">– Mobilidade sustentável– Homologação e seleção ambiental de fornecedores corporativos– Análise do mercado internacional de energias provenientes de fontes 100% renováveis



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 similares.

(Fonte: Convenção-Quadro das Nações Unidas para a Mudança Climática - UNFCCC).

5.4.1. Estratégia da MAPFRE para a atenuação e adaptação às mudanças climáticas

[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, supõe tanto um desafio quanto uma oportunidade para a MAPFRE, o que evidencia 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 CAMBIO CLIMATICO	
AUMENTO DA PRESSÃO DOS ÓRGÃOS DE REGULAÇÃO	<ul style="list-style-type: none">– Flutuação dos preços de abastecimento de energia.– Cumprimento dos compromissos de redução de emissões da União Europeia.– Aumento da pressão dos órgãos de regulação em determinadas regiões onde a companhia tem operações.
FENÔMENOS METEOROLÓGICOS EXTREMOS	<ul style="list-style-type: none">– 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	<ul style="list-style-type: none">– 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 em 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 de desempenhar um papel relevante na matéria, bem como os riscos e oportunidades que implicam na 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 do efeito estufa nas instalações do Grupo, estabelecendo o compromisso de redução de 14.710.519 kWh e 9.924 toneladas de CO₂e, com relação ao ano de 2013, o que significa uma redução de 20% das emissões de gases do 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 consumo, modernização de instalações e inovação tecnológica, análise legislativa, arquitetura sustentável, etc.

– Grupo de Trabalho Adaptação e Atenuação de Mudanças Climáticas:

Definição de riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas, resposta a compromissos corporativos com organismos 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. Concretização do Plano Estratégico de Eficiência Energética e Mudança Climática 2014-2020

EXPANSÃO DO MODELO CORPORATIVO DE GESTÃO ENERGÉTICA

Durante 2016, continuou a implantação progressiva do padrão ISO 50001, associado ao SIGMAYE, em edifícios de sedes do Grupo. Foram incorporados ao Sistema de Gestão Energética dois edifícios-sedes das Diretorias Territoriais Gerais do Sul, em Málaga, e do Norte, em Bilbao, e no Campus de Formação, em Madrid, todos na Espanha, que possuem 366 funcionários e consomem 2.000.000 kWh por ano.

INTEGRACIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO EN EL MODELO CORPORATIVO SIGMAYE

Durante o ano de 2016, foi calculado e verificado, por meio de uma entidade externa credenciada, o inventário da pegada de carbono, utilizando a norma internacional ISO 14064 para as emissões do Grupo na Espanha, Colômbia e 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 destes dados, bem como o número de categorias relacionadas de acordo com esta metodologia Protocolo GHG.

O inventário de GEE do Grupo na Espanha, Colômbia e Porto Rico foi ampliado pela incorporação de novas categorias de Alcance três, tais como commuting, viagens de negócios, consumo de resíduos ou o ciclo de vida dos combustíveis.

COMPRA VERDE

Em janeiro de 2016, entraram em vigor todos os novos contratos elétricos da MAPFRE na Espanha com as empresas fornecedoras de energia elétrica, mediante o sistema de certificados de garantia de origem renovável. Desta maneira, é possível garantir a origem renovável de 100% da energia elétrica adquirida pelo Grupo na Espanha, o que representa uma redução de 15.392 Tm CO₂e e cerca de 65.000.000 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 serviço de impressão.

POLÍTICAS DE ECONOMIA EM EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA

Em 2016, houve o processo de melhoria das políticas de desligamento dos equipamentos de automação de escritório dos

edifícios-sedes das Diretorias Territoriais Gerais do Noroeste, em Oviedo, do Leste, em Valência, do Sudoeste, em Sevilla, e do Centro, em Valladolid, todos na Espanha. A economia prevista com esta ação é estimada em 20% do consumo de eletricidade em mais de 1000 equipamentos, representando cerca de 52.000 kWh.

CRITÉRIOS ECOEFICIENTES

Com o objetivo 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.

CONSCIENTIZAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS

Após o sucesso da campanha “Cool Biz”, realizada em 2015, na Espanha, em 2016 ela foi repetida, pelo segundo ano consecutivo, e realizada pela primeira vez em Malta. A iniciativa tem o objetivo de conscientizar os funcionários para adequar suas roupas de trabalho ao período do verão, reduzindo assim a demanda pelos sistemas de ar-condicionado.

Os dados obtidos endossam o sucesso da iniciativa, já que se estima ter sido possível reduzir, em apenas quatro meses, cerca de 700.000 kWh e 100.000 EUR, em comparação com o ano de 2014, antes da implantação dessa iniciativa. Esta campanha coincidiu com os verões de 2015 e 2016, os mais quentes desde que os registros começaram.

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, maquinário, 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 cadeia 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.

PEGADA DE CARBONO (Tm CO ₂ eq)	2016***	2015**	2014*	2013*
Alcance 1	13.445,24	14.042,93	9.934,61	9.789,35
Alcance 2	19.267,39****	26.903,41	26.583,24	31.951,87
Alcance 3	10.566,80	12.493,90	6.104,36	7.880,68

(*)2013 e 2014: Dados para Espanha, Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, EUA, México, Porto Rico e Turquia.

(**)2015: Dados para Espanha, 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.

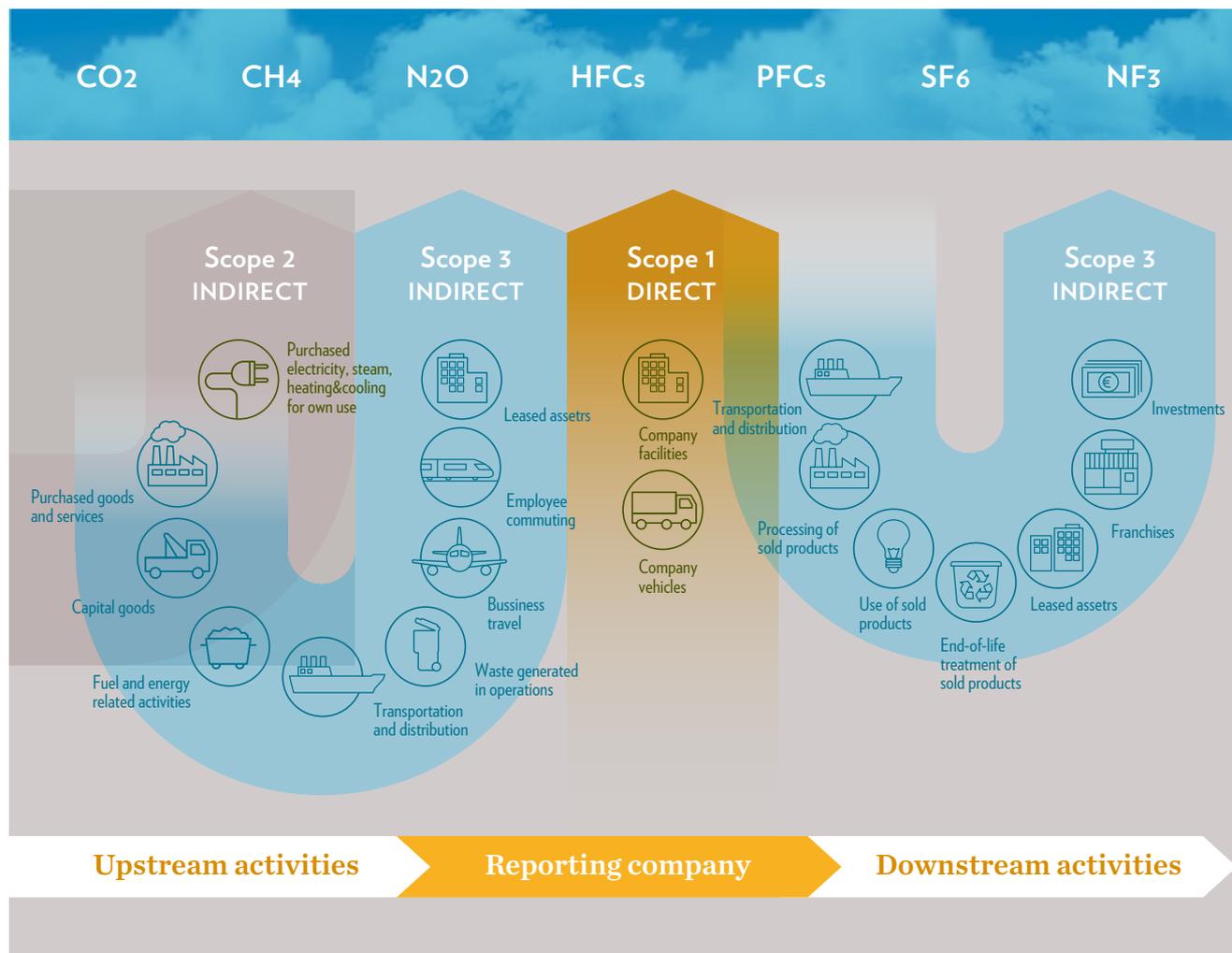
(***)2016: Dados para Espanha, Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, EUA, México, Porto Rico, Turquia, El Salvador, Nicarágua, Honduras, Panamá, Guatemala, Equador, República Dominicana, Paraguai, Uruguai, Peru, Venezuela, Portugal, Filipinas e Malta.

(****)19267,39: as emissões de alcance 2 são significativamente reduzidas, pois a energia elétrica consumida pelo Grupo na Espanha tem origem 100% renovável.

Os alcances empregados para a classificação das emissões de gases do efeito estufa (GEE) contempladas no inventário são mostradas no seguinte gráfico:

Melhores práticas 2016

– Desde janeiro de 2016, toda a energia elétrica consumida pelo Grupo MAPFRE na Espanha vem de fontes renováveis, o que significa evitar a emissão de 15.392 Tm de CO₂e, e representa uma redução de 31% em comparação com a pegada de carbono global no ano de 2013. Esta ação faz parte do Plano Estratégico de Eficiência Energética e Mudanças Climáticas 2014-2020, e demonstra o compromisso do Grupo em promover a transição energética para uma economia de baixo carbono, onde a energia limpa vai desempenhar um papel crucial.



Fonte gráfico GHG Protocol

Para cada um dos alcances, é apresentado a seguir o inventário de consumos e emissões de CO₂e da MAPFRE.

INDICADORES DE CONSUMO DE RECURSOS	GRI	MEDIDA	2016	2015	2014
Alcance 1:					
Consumo de gás natural	EN3; EN6; EN15	MWh	12,11	12,22	10,16
Consumo de diesel em edifícios	EN3; EN6; EN15	L	403.204	384.939	522.430
Recarga de gases refrigerantes	EN3; EN6; EN15	kg	733	1.041	ND
Consumo de combustíveis em veículos próprios	EN3; EN6; EN15	L	3.677.690	3.728.868	ND
Alcance 2:					
Consumo de energia elétrica	EN3; EN6	GWh	115,95	121,64	110,10
Alcance 3:					
Viagens comerciais	EN4	Tm CO ₂ eq	7.480	8.961	5.276
Consumo de papel	EN4	Tm CO ₂ eq	1.369	1.771	828
Consumo total de papel	EN1	Tm	2.248	2.573	2.157
Total de consumo de papel de gestão sustentável	EN1	Tm	1.319	1.333	1.244
Papel com etiqueta ecológica com relação ao total de papel consumido	EN1	%	69	52	57
Papel consumido/funcionário	EN1	Tm	0,07	0,07	0,06
Consumo total de toner (Espanha)	EN1	Ud	3.875	9.575	12.539

Todos os dados têm alcance global, com exceção do consumo de toner.

EMISSIONES DE CO ₂ e POR FUNCIONÁRIO (Tm)	2016	2015	2014	2013
Total de emissões de CO₂	1,28	1,53	1,47	1,75

Consumo energético total da MAPFRE (eletricidade, gás e diesel)

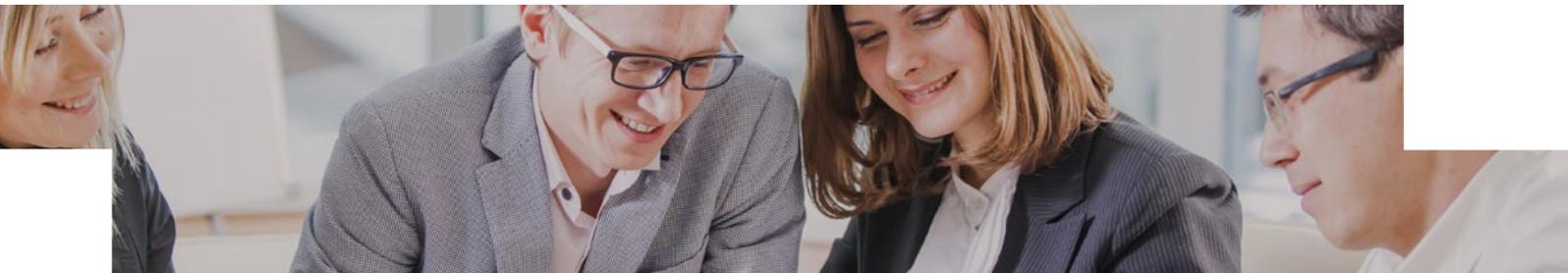
INDICADORES DE CONSUMO DE ENERGIA					
	UNIDAD	2016	2015	2014	2013
Total de energia consumida/funcionário	kWh/funcionário ao ano	3.910	3.939	3.592	3.799

2013 e 2014: Dados para Espanha, Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, EUA, México, Porto Rico e Turquia.

2015: Dados para Espanha, 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.

2016: Dados para Espanha, 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.

A seguir, serão detalhadas as diversas iniciativas realizadas com o intuito de reduzir as emissões relacionadas à atividade empresarial:



OBJETIVO	INICIATIVAS
EMISSIONES DIRETAS (ALCANCE 1)	
Ecoeficiencia em edificios	Reducao prevista do consumo de gas natural atraves da renovacao das instalacoes e melhoria do controle de operacao das caldeiras na Sede de Majadahonda, na Espanha, de 5.400 m ³ , com uma reducao de emissoes associada de 13 Tm CO ₂ e
EMISSIONES INDIRECTAS (ALCANCE 2)	
Energias renovaveis	100% da energia eletrica consumida em 2016 pelo Grupo na Espanha e de origem renovavel, o que representou uma reducao de 15.392 Tm de CO ₂ e.
Boas praticas	Realizacao de campanhas de conscientizacao de funcionarios a respeito do uso adequado da energia consumida em edificios-sedes, no ambito do SIGMAYE na Espanha, Argentina, Chile, Colombia e Paraguai.
Ecoeficiencia em edificios	<p>Economia prevista no consumo energetico para climatizacao atraves da regulagem de tempos e temperaturas em edificios-sedes, no ambito do SIGMAYE na Espanha, Porto Rico, Peru, Estados Unidos e Portugal, com uma reducao de emissoes estimada de 208 Tm CO₂e.</p> <p>Economia prevista no consumo eletrico para iluminacao atraves da substituicao por lampadas de LED e ajuste do tempo de uso nos edificios por meio da regulagem de horarios nos edificios-sedes, no ambito do SIGMAYE na Espanha, Argentina, Peru, Colombia, Estados Unidos, Porto Rico, Paraguai, Chile e Portugal, com uma reducao de emissoes de 23,6 Tm CO₂e.</p> <p>Economia prevista no consumo eletrico para equipamentos de automacao de escritorio atraves da implementacao de ferramentas de gestao da energia em edificios-sedes, no ambito do SIGMAYE na Espanha e Colombia, com uma reducao de emissoes estimada de nove Tm CO₂e com relacao ao consumo esperado sem a implementacao destas ferramentas.</p>

+ (0,2,1) ↑ ↑

OBJETIVO	INICIATIVAS
OUTRAS EMISSÕES INDIRETAS (ALCANCE 3)	
Telecomuni- cações	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.
Fornecedores	<p><i>Futura</i> é um sistema de localização e designação automática de serviços de assistência em rodovias, que permite ao segurado solicitar o 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 CO₂.</p> <p>Em 2016, a MAPFRE incorporou em sua rede de fornecedores 7 veículos de recarga móvel para fornecer assistência a carros elétricos nas rodovias. Estes veículos de assistência estão equipados com um gerador, que permite recarregar na hora e em qualquer lugar os veículos descarregados. Deste modo, a pegada de carbono deste serviço também é reduzida, uma vez que são evitados deslocamentos de veículos com reboque até os pontos de carregamento.</p> <p>Além disso, a MAPFRE está promovendo entre seus fornecedores a renovação dos reboques com veículos híbridos ou elétricos, como demonstra a incorporação do primeiro caminhão leve híbrido, que também permitiu a redução do consumo de combustível em 23%.</p>
Mobilidade sustentável	<p>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:</p> <p>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. Na Espanha, as emissões evitadas com o auxílio deste serviço são quantificadas em mais de 150 Tm CO₂e.</p> <p>“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.</p> <p>Lançamento da implantação do Sistema de Gestão da Mobilidade e Segurança Viária sob a norma ISO 39001, aplicando critérios de mobilidade sustentável nas sedes da Recoletos 23, Recoletos 25, CESVIMAP e na sede social de Majadahonda, todas na Espanha.</p>
Produtos e serviços	Redução do consumo elétrico em equipamentos de automação de escritório com a implementação de ferramentas de gestão da energia em intermediários (rede comercial de escritórios delegados na Espanha), com uma redução de emissões acumulada de 212 Tm CO ₂ e desde o ano de 2012, quando a ferramenta foi implantada.

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 2016, contemplando tanto o âmbito local como o corporativo, se destacam as seguintes:

– Implementação de medidas de eficiência energética nos edifícios-sedes da MAPFRE

Climatização: emprego do freecooling*, renovação tecnológica de equipamentos e regulação de horários e temperaturas de referência.

Iluminação: substituição de lâmpadas convencionais por LEDs, instalação de detectores de presença e regulação de horários.

Outras aplicações: renovação tecnológica das instalações empregando critérios de eficiência energética.

– Controle operacional da gestão de água mediante a 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.

* O *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.

Além disso, são feitos investimentos para melhorar a eficiência energética nos edifícios. Os valores investidos nesses conceitos nos últimos três anos atingiram a marca de 2,92 milhões de euros.

		2016	2015	2014
ESTIMENTOS AMBIENTAIS	Milhares de euros	2.077	641	205,35

Melhores práticas 2016

– Com a iniciativa COOL BIZ, na Espanha, calcula-se que o consumo elétrico para climatização nos meses de junho, julho, agosto e setembro tenha sido reduzido em cerca de 700.000 kWh, 208 Tm CO₂e e 100.000 €, em comparação com o ano de 2014, antes da implantação dessa iniciativa. Esta campanha coincidiu com os verões de 2015 e 2016, os mais quentes desde que os registros começaram.

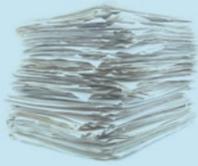
INDICADORES DE CONSUMO DE RECURSOS	GRI	MEDIDA	2016	2015	2014
Consumo total de energia	EN3; EN6	GWh	132,06	137,68	125,44
Consumo total de água		M3	709.834	758.448	668.933
Consumo de água por funcionário		M3	21,02	21,7	19,1

5.5.1. Gestão do consumo de papel e toner

No ano passado, a MAPFRE Espanha implantou o processo de assinatura eletrônica e terceiro de confiança para assinatura de nossas apólices.

Esta transformação digital traz uma economia nos custos derivados do consumo de papel e de toner, uma vez que torna desnecessária a impressão de documentos já assinados eletronicamente.

Além disso, este sistema oferece uma maior agilidade e segurança no processo de contratação de apólices, ao permitir que um mesmo documento seja assinado por diferentes pessoas em lugares e momentos distintos, impedindo, mais uma vez, a impressão de várias cópias de um mesmo documento. Desde o seu início até setembro de 2016, este projeto já possibilitou as seguintes realizações:

Assinatura digital de 68.288 apólices.		Evitou a impressão de 1.092.608 páginas de papel.	
Evitou o consumo de 28 ud de toner.		Evitou o corte de 88 árvores.	
Economizou 5.463 kg de papel.		Economizou 23.000 € em consumo de papel.	
Economizou energia suficiente para manter mais de dois milhões de lâmpadas de baixo consumo acesas por uma hora.			



Iniciativas similares à anterior também foram realizadas na Argentina, através da “Apólice Eletrônica”, e na Guatemala.

Além disso, em linha com as medidas adotadas para reduzir o consumo de papel, a empresa lançou no Chile a campanha “Prefere o pagamento eletrônico”, aplicativo que permite aos clientes pagar suas faturas on-line.



Melhores práticas 2016

— Por outro lado, e como consequência da implantação do projeto de terceirização da impressão, a MAPFRE conseguiu reduzir o consumo de toner em 60%, em comparação com o ano de 2015. Desde a implantação deste serviço, 100% dos toners consumidos foram reciclados em 2016.

Redução do consumo de toner na Espanha em 60%, em comparação com os dados de 2015:

CONSUMO DE TONER (UNID.)		
2016	2015	2014
3.875	9.575	12.539

Reciclagem de 100% dos toners consumidos:

TONERS RECICLADOS EM RELAÇÃO AO VOLUME CONSUMIDO		
2016	2015	2014
100,00%	81,17%	72,84%



A introdução gradual de critérios ambientais na aquisição de recursos também afetou a compra de papel, generalizando o uso de papéis ecologicamente corretos na Argentina, Colômbia, Espanha e Paraguai, entre outros, que levam em conta critérios ambientais no momento da compra de papel e de qualquer outro insumo.

Em 2016, 68% do papel consumido possuía um rótulo que certifica a gestão sustentável da exploração das florestas (FSC) e papel neutro em carbono.

A incorporação de requisitos ambientais mais exigentes no processo de contratação de fornecedores é cada vez mais comum no Brasil, onde se realizou recentemente um projeto piloto com a Direção Geral de Riscos Maiores e o Centro de Registro de Coordenação e Gestão de Fornecedores, para criar um processo de aprovação ambiental dos prestadores de serviços que operam nos sinistros dos clientes da MAPFRE.



Melhores práticas 2016



– Destaca a campanha de conscientização realizada pela Colômbia “**TODOS CONTRA O DESPÉRDICIO**”, no âmbito do programa governamental de economia de energia, para incentivar a economia de água e energia entre os funcionários.

Neste mesmo sentido, são realizadas ações em outras entidades da MAPFRE: El Salvador realiza campanhas para o uso responsável do papel e da água; Nicarágua envia dicas aos seus empregados para o uso adequado do papel e outras medidas de redução de custos; Guatemala incentiva o uso responsável da luz e da água, além da reciclagem de papel; Argentina estimula a economia de papel, etc.

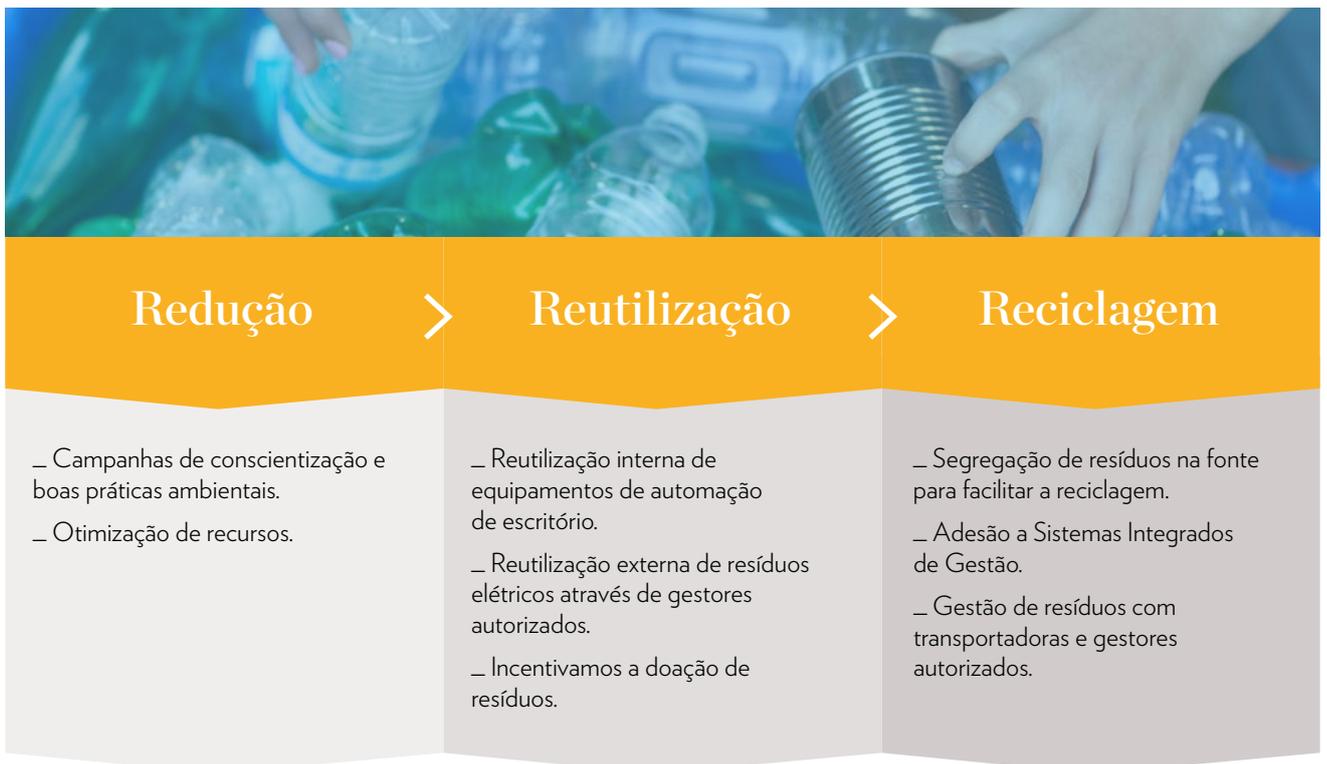


5.5.2. Gestão de resíduos

[G4-EN23, EN33]

A MAPFRE trabalha com procedimentos e instruções que definem os processos para uma correta separação, descarte, armazenamento e controle 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 a 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, permitindo 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 ações realizadas em 2016:

- Gestão dos diferentes tipos de resíduos gerados nos centros de saúde da MAPFRE, para a gestão adequada dos resíduos sanitários. Nesse último ano, a gestão de resíduos foi implantada em dois novos centros de saúde do Grupo na Espanha.

- 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, com destaque para a implantação na Argentina e no Chile de recipientes diferenciados para a separação dos resíduos na fonte.

- 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, Colômbia, Portugal e Argentina, entre outros.

- Continua-se fomentando a reciclagem e a reutilização de resíduos, através de campanhas tais como:

- Campanha **“Pokemon”**: orientada à correta segregação de resíduos no Paraguai.
- Campanha **“Missão Reciclagem”**: orientada à correta segregação dos resíduos em seus ecopontos.
- **“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.
- Campanha **“3R”** na Espanha: para fomentar a reciclagem de papel, pilhas, celulares, radiografias.

Veja a seguir uma tabela-resumo com os indicadores mais relevantes relativos à gestão de resíduos da MAPFRE: :

INDICADORES DE RESÍDUOS	MEDIDA	2016	2015	2014
Tóner reciclado	Tm	14,9	18,30	19,53
Papel reciclado	Tm	1.072,11	991	1.206
Ordenadores y equipos electrónicos gestionados	Tm	86,76	61,74	45,73
Ordenadores y equipos electrónicos donados	Tm	10,57	18,38	8,05
Lámparas y fluorescentes al final de su vida útil	Tm	4,11	2,19	2,93
Pilas y baterías	Tm	2,46	3,40	1,66
Residuos peligrosos en Edificios	Tm	2,4	2,71	1,86
Residuos peligrosos en Talleres	Tm	89,01	91	112
Residuos no peligrosos en Talleres	Tm	2.352,70	1.250	1.808
Otros residuos no peligrosos	Tm	205,85	213	183
Residuos Sanitarios	Tm	2,31	2,21	1,97
Medicamentos caducados	Tm	0,16	0,11	0,11
Radiografías	Tm	0,87	0,83	1,34
Soportes Informáticos gestionados	Tm	8,62	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 exigirem, 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 de ozônio 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 2016 não se contabilizou nenhum derrame ou fuga com impacto significativo nos estabelecimentos e instalações onde a MAPFRE desenvolve suas atividades.

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, as ações de combate às Mudanças Climáticas acabaram fazendo com que a empresa assumisse o compromisso de preservar a biodiversidade, motivo pelo qual, sob o lema “Sem diversidade biológica não há diversidade econômica”, a MAPFRE decidiu aderir ao Pacto pela Biodiversidade da Iniciativa Espanhola Empresa e Biodiversidade. Deste modo, através de diferentes iniciativas, continua cumprindo seu compromisso de preservar o capital natural de interesse comum para a humanidade devido à sua importância para a vida no planeta, o bem-estar social e o desenvolvimento econômico.

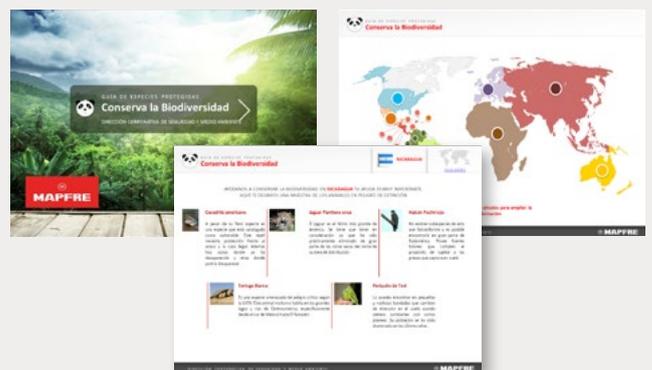
Destacam-se, entre as atividades realizadas, o acordo de colaboração com a WWF Espanha, através do qual a MAPFRE contribui para o desenvolvimento de projetos para a preservação de espécies ameaçadas de extinção e de seu habitat natural.



Neste ano, destacamos a adesão à campanha de Conservação do Ártico (“Nem mais um grau”), que promove um modelo energético baseado em energias renováveis destinado ao controle das mudanças climáticas, na qual, através da pesquisa “Nem um lar sem energia”, realizada pela ECODES, foram passadas aos funcionários uma série de dicas de economia de energia que favorecem o combate das mudanças climáticas e a conservação do habitat natural.

Além disso, um guia de espécies ameaçadas foi elaborado para disseminar dentro da empresa o conhecimento das espécies mais vulneráveis em diferentes países, promovendo a luta contra o comércio ilegal de animais silvestres.

Outras ações notáveis em prol da conservação do meio ambiente são o reflorestamento de áreas verdes no México e Chile, e o plantio de árvores no Brasil, Paraguai, Equador e Argentina.



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.



A INTRANET CORPORATIVA:

Na qual a MAPFRE dedica uma seção específica para o meio ambiente. O funcionário pode encontrar informações relacionadas, entre outras coisas, com os compromissos assumidos pelo Grupo nesta área, principais linhas de atividade, modelo de gestão global empregado, realizações e reconhecimentos e perguntas frequentes.

Além disso, inclui uma caixa de sugestões e um endereço de e-mail para contato (disma.medioambiente@mapfre.com).

E-LEARNING AMBIENTAL CORPORATIVO:

Desde 2008, a MAPFRE ministra aos seus funcionários um curso e-learning sobre o meio ambiente e a gestão ambiental do Grupo. Em 2016, trabalhou-se na atualização do seu conteúdo para sua implantação em âmbito global.

Desde a sua implantação, um total de 6.190 funcionários já realizaram o curso.

CALENDÁRIO AMBIENTAL CORPORATIVO:

Como iniciativa conjunta em nível internacional, destacar a publicação interna, dirigida aos funcionários, de um boletim mensal sobre questões ambientais. Este boletim é distribuído em diferentes países, como Argentina, Chile, Colômbia, Espanha, México, Paraguai, Portugal, Porto Rico e Venezuela, entre outros.



CAMPANHAS GLOBAIS E INICIATIVAS LOCAIS:

— 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 18 países: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Equador, El Salvador, Espanha, Honduras, Guatemala, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Portugal, Porto Rico e Venezuela.



A participação foi efetuada através do desligamento de letreiros luminosos em mais de 60 edifícios, bem como em vários escritórios da rede comercial da empresa.

Além disso, os países difundiram o evento através de várias ações, como: edição de materiais (cartazes, marcadores de página, protetores de tela, etc.), comunicados a funcionários e clientes (via e-mail, web, redes sociais), divulgação do vídeo oficial do WWF e projeção em áreas comuns, etc.

— A **Campanha Cool Biz**, desenvolvida na Espanha e em Malta na temporada de verão, através da qual a MAPFRE difundiu entre os funcionários a importância de reduzir a necessidade de climatização no interior dos edifícios, adaptando a vestimenta às temperaturas desta estação do ano, com o objetivo final de alcançar uma economia energética significativa e diminuir as emissões de gases do efeito estufa.



— A exposição itinerante de fotografia “**Objetivo Biodiversidade**”, iniciada em 2015, segue sua jornada pelos edifícios da MAPFRE na Espanha, divulgando o compromisso com a preservação da biodiversidade através de fotografias tiradas por funcionários



MOBILIDADE SUSTENTÁVEL:

Continua na Colômbia a campanha de mobilidade sustentável **Desejo andar de de bicicleta**, que incentiva à aquisição de bicicletas elétricas pelos funcionários através de uma linha de crédito do fundo de funcionários, segurando 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 Municipal do Meio Ambiente.

Vocação de Serviço

Além disso, destaca-se também na Colômbia a adesão ao “Pacto Chicó”, integrado à Campanha “**SOU + 1**” como parte da estratégia de “Pactos pela Mobilidade”, promovida pela Secretaria Municipal de Mobilidade Urbana da Colômbia. O objetivo do Pacto é promover a mobilidade sustentável, através de ações lúdico-pedagógicas e informativas que visam melhorar as condições de mobilidade e segurança viária no setor, além de promover a convivência harmônica entre pedestres, ciclistas, passageiros e motoristas.



ESTÍMULO AO EMPREENDEDORISMO VERDE:



Evento Greenweekend 2016 Gijón

A MAPFRE incentivou, pelo segundo ano consecutivo, o empreendedorismo verde através dos eventos “Greenweekend”, celebrados em Sevilla y Gijón (Espanha): encontros promovidos pelo portal de emprego e meio ambiente Enviroo, com o objetivo de apoiar os empreendedores “verdes” e os profissionais e autônomos que buscam novos modelos de negócio que respeitem o meio ambiente.

Além das ações acima, destacam-se outras ações locais de conscientização realizadas no âmbito do Sistema de Gestão Ambiental e Energética da MAPFRE::

– Campanha “**Tampinhas para Curar**”, na Colômbia, e “Recicle com o Coração”, em Porto Rico, para ajudar a custear tratamentos de câncer em hospitais.



– Continua a campanha “**TEO**”, no México, e a campanha “**Recy**”, em Porto Rico, através das quais se dissemina a conscientização ambiental (reciclagem, conservação de recursos, preservação da biodiversidade, etc.).



– Campanha “**Apaga a luz**”, realizada pelo Paraguai, para promover a economia de energia em edifício e escritórios.



– Campanha **Natal sustentável** no Paraguai e em Porto Rico. Através de mensagens e papéis de parede com conteúdo sobre consumo responsável e reciclagem.



— Participação da MAPFRE como empresa colaboradora na XIII Conferência Nacional do Meio Ambiente, que este ano teve como tema “A resposta é verde”.



LA RESPUESTA ES VERDE 

— A MAPFRE participou do fórum aberto, plural e participativo sobre sustentabilidade, realizado na Espanha, desenvolvido através de 9 eixos: Energia, eficiência e mudanças climáticas, mobilidade, renovação urbana, desenvolvimento rural, biodiversidade, água, qualidade ambiental e saúde e resíduos, economia e sociedade. Desta maneira, reforça sua atuação como referência do setor financeiro no apoio à inovação, mobilidade sustentável e proteção do ambiente.



II Fórum do Grupo Espanhol para o Crescimento Verde

PARTICIPAÇÃO NO II FÓRUM DO GRUPO ESPANHOL PARA O CRÉSCIMENTO VERDE:

A Mapfre participa deste grupo desde a sua criação, como uma iniciativa conjunta do Ministério da Agricultura, Alimentação e Meio Ambiente e o empresariado espanhol, com o objetivo de buscar as melhores fórmulas para alcançar uma economia de baixo carbono, capaz de contribuir com o combate às mudanças climáticas.

5.8. Materialidade ambiental RS

Um dos temas transversais, no âmbito do estudo da materialidade do Grupo, foi o meio ambiente.

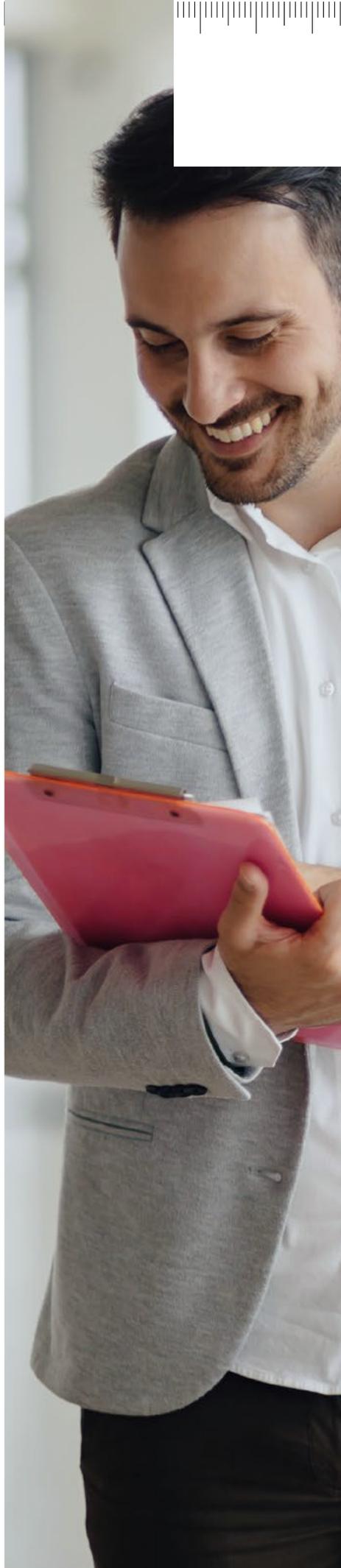
Abaixo são listadas as questões relevantes relacionadas a esta área, e a percepção, por grupo de interesse, que aqueles que participaram têm da MAPFRE.

RELAÇÃO DE TEMAS AMBIENTAIS ANALIZADOS NO PROCESSO DE MATERIALIDADE DE 2016	A MAPFRE e seus funcionários	A MAPFRE e seus clientes	A MAPFRE e seus fornecedores	A MAPFRE e seus distribuidores	A MAPFRE e seus acionistas/analistas
Avaliar e gerenciar os riscos ambientais derivados de sua atividade empresarial.	INT	INT	INT	INT	MAT
Controlar os possíveis impactos que puder ter na biodiversidade.					EXT
Gerenciar de maneira eficiente as descargas e resíduos que geram.	MAT	MAT	MAT	MAT	INT
Gerenciar seus consumos energéticos para reduzir as emissões para o meio ambiente.	MAT	MAT	INT	INT	INT
Realizar iniciativas e ações destinadas a promover a responsabilidade ambiental e conscientizar em relação a ela.	INT	MAT	MAT	MAT	INT
Desenvolver produtos e serviços que gerem um benefício ambiental.		MAT	EXT		INT

MAT	o tema é considerado material
INT	o tema é considerado de relevância interna para a MAPFRE
EXT	o tema é considerado de relevância externa para o grupo de interesse
NM	o tema é considerado não material

Por outro lado, nesta seção do relatório são fornecidas respostas para as questões identificadas. A tabela a seguir apresenta, por assunto, sua localização no relatório.

TEMAS AMBIENTAIS ANALIZADOS NO PROCESSO DE MATERIALIDADE DE 2016	LOCALIZAÇÃO NO RELATÓRIO ANUAL DE RSC DE 2016
Avaliar e gerenciar os riscos ambientais derivados de sua atividade empresarial.	3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG). 5. Dimensão Ambiental da MAPFRE
Controlar os possíveis impactos que puder ter na biodiversidade.	5. Dimensão Ambiental da MAPFRE
Gerenciar de maneira eficiente as descargas e resíduos que geram.	5. Dimensão Ambiental da MAPFRE
Gerenciar seus consumos energéticos para reduzir as emissões para o meio ambiente.	5. Dimensão Ambiental da MAPFRE
Realizar iniciativas e ações destinadas a promover a responsabilidade ambiental e conscientizar em relação a ela.	5. Dimensão Ambiental da MAPFRE
Desenvolver produtos e serviços que gerem um benefício ambiental.	4. Dimensão Social da MAPFRE: 4.2. A MAPFRE e seus Clientes



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, G4-31, G4-32, G4-33, G4-58; FS9]

Escopo e perfil

A MAPFRE elaborou o Relatório de Responsabilidade Social conforme as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI) versão G4, em sua opção abrangente (comprehensive) e o suplemento setorial financeiro.

O relatório inclui as atividades desenvolvidas pelas entidades seguradoras da MAPFRE em nível mundial.

Confiabilidade e verificação

As informações qualitativas e quantitativas dos indicadores básicos, específicos e setoriais do GRI G4 foram verificadas externamente pela firma KPMG, incluindo a informação fornecida para as atividades da MAPFRE realizadas na Argentina, Brasil, Colômbia, Espanha, EUA, México, Peru, Porto Rico e Turquia, que representam em seu conjunto 75,9 por cento do volume de negócio do Grupo.

Além disso, foi realizada uma revisão limitada dos dados fornecidos pelo resto das entidades da MAPFRE.

A Direção Geral de Auditoria da MAPFRE colaborou, do mesmo modo, no processo de análise e verificação do relatório que, como é preceptivo, foi revisado pelo Comitê de Auditoria da MAPFRE antes de sua aprovação definitiva pelo Conselho de Administração.

Os dados que respaldam este relatório corporativo foram obtidos por meio da Sygris, a ferramenta de informática para gestão de dados de responsabilidade social implantada no Grupo.

Clareza, precisão e abrangência

As informações são exibidas de forma sistemática, incluindo um índice geral, que facilita sua leitura (página 1), e um índice

global de indicadores GRI, que permite a acessibilidade e localização dos dados que se apresentam.

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 quatorze exercícios estão disponíveis para sua consulta na página do Grupo (www.mapfre.com)

As Medidas Alternativas do Rendimiento (MAR) utilizadas no Relatório, que correspondem àquelas medidas financeiras não definidas nem detalhadas no marco da informação financeira aplicável podem ser consultadas no link:

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

Periodicidade e comparabilidade

Este relatório tem periodicidade anual (janeiro a dezembro), apresenta-se na Assembleia Geral de Acionistas e é publicado também em formato web. (<https://www.mapfre.com/corporativo-es/responsabilidad-social/informes-anales/>)

Seguindo a linha estabelecida nos anos anteriores, os dados quantitativos incluídos no Relatório se comparam com os referentes ao ano imediatamente anterior, permitindo, assim, sua análise e a comparação das mudanças experimentadas pela organização no desenvolvimento de sua atividade.

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 nos capítulos correspondentes.

Materialidade, relevância e inclusividade

Durante 2016, o estudo foi realizado identificando assuntos de interesse geral relacionados ao âmbito da sustentabilidade através de fontes externas (*guia GRI e o IIRC, a Diretriz*

Europeia de informação não financeira, o Sustainability Year Book, o Eurobarómetro e o World Economic Forum) e fontes internas

da própria empresa como o Plano de Sustentabilidade 2016-2018 do Grupo MAPFRE e Plano Estratégico do Grupo.

Como resultado desta identificação, determinaram-se temas específicos por grupo de interesse e outros temas transversais, como Transparência, Direitos Humanos, Inovação, Segurança da informação, etc.

O estudo foi desenvolvido em duas fases, uma primeira de análise interna dos assuntos identificados e uma segunda fase de consulta externa aos grupos de interesse considerados, clientes, fornecedores, distribuidores e acionistas para qual foi perguntado sobre a importância dos temas e a percepção de como a MAPFRE os está desenvolvendo. O estudo foi realizado no Brasil, Colômbia, Espanha, México e Porto Rico.

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 corporativa www.mapfre.com)

Relatório Anual da Fundación MAPFRE. (Publicado na página www.fundacionmapfre.org)

Capacidade de resposta

O relatório, além de oferecer informações relevantes para os grupos de interesse com os quais a MAPFRE interage, responde às observações transmitidas por esta ao longo do exercício. Não obstante, as pessoas interessadas em consultar ou completar a informação fornecida neste documento podem entrar em contato com a MAPFRE através de:

- Diretoria de Responsabilidade Social:
responsabilidadsocial@mapfre.com
- Diretoria de Comunicação:
comunicacion@mapfre.com
- Diretoria de Meio Ambiente:
medioambiente@mapfre.com
- Departamento de Relações com Investidores:
relacionesconinversores@mapfre.com
- Portal Corporativo da MAPFRE: www.mapfre.com

6.2. Índice de conteúdo GRI G4



Conteúdos básicos gerais

INDICADORES GRI G4	PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)
 Estratégia e análise	
G4-1 Deve-se incluir uma declaração do principal responsável pelas decisões da organização (a pessoa que ocupa o cargo de diretor executivo, presidente ou similar) sobre a importância da sustentabilidade para a organização e a estratégia desta com vistas a abordá-la.	- Carta do Presidente. Pág. 4
G4-2 Descreva os principais efeitos, riscos e oportunidades.	Relatório Integrado 2016. Governança corporativa. Pág.55 - Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG). Pág. 38 - Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Inovação. Pág.92 Reclamações e queixas. Pág. 103
 Perfil da organização	
G4-3 Nome da organização.	- Capítulo 2. Informações gerais. Pág. 8
G4-4 Marcas, produtos e serviços mais importantes.	Relatório Integrado 2016. Evolução dos negócios. Pág. 39 - Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Inovação Pág. 92 . Produtos e serviços de Alto conteúdo social Pág. 94 . Produtos e serviços ambientais. Pág. 97
G4-5 Lugar onde está localizada a sede central da organização.	Capítulo 2. Informações gerais. Pág. 8
G4-6 Indique em quantos países a organização opera e quais são os países onde a organização realiza operações significativas ou que têm uma relevância específica para os assuntos relacionados com a sustentabilidade que são abordados no histórico.	- Capítulo 2. Informações gerais. Pág. 8
G4-7 Descreva a natureza do regime de propriedade e sua forma jurídica.	- Capítulo 2. Informações gerais. Pág. 8 Relatório Integrado 2016. Principais dados. Pág. 20 . Evolução dos negócios. Pág. 39
G4-8 Indique de que mercados se serve (com desagregação geográfica, por setores e tipos de clientes e destinatários).	- Capítulo 2. Informações gerais. Pág. 8 Relatório Integrado 2016. Implementação. Pág. 14 . Principais dados. Pág. 20 - Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes. Pág. 90

INDICADORES GRI G4		PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)
G4-9	Determine a escala da organização: a. Número de funcionários; b. Número de operações; c. Vendas líquidas; d. Capitalização; e. Produtos oferecidos.	– Capítulo 2. Informações gerais: Principais indicadores econômicos. Pág. 15 – Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus funcionários. Política de emprego. Pág. 67
G4-10	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 por funcionários, trabalhadores externos e sexo; d. Tamanho do quadro por região e sexo; e. Indique se uma parte substancial do trabalho da organização é desempenhado por trabalhadores próprios reconhecidos juridicamente ou pessoas que não são funcionários nem trabalhadores externos, tais como os funcionários e os trabalhadores subcontratados das empreiteiras; f. Comunique todas as mudanças significativas no número de trabalhadores.	– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus funcionários: Política de emprego. Pág. 67
G4-11	Porcentagem de funcionários cobertos por convenções coletivas.	– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus funcionários: Representação Legal dos trabalhadores. Pág. 80
G4-12	Descreva a cadeia de suprimento da organização.	– Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus fornecedores. Pág. 120
G4-13	Comunique toda mudança significativa ocorrida durante o período objeto de análise quanto a tamanho, estrutura, propriedade acionária ou cadeia de suprimento da organização	– Capítulo 6. Informação complementar: Princípios seguidos para a elaboração do Relatório de Responsabilidade Social Corporativa. Pág. 161
G4-14	Indique como aborda a organização, se necessário, o princípio de precaução.	Relatório Integrado 2016: Governo Corporativo. Pág. 55 . Gestão de riscos. Pág. 68 – Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG). Pág. 38
G4-15	Elabore uma lista das cartas, dos princípios ou de outras iniciativas externas de caráter econômico, ambiental e social que a organização subscreve ou adotou.	– Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Compromisso com o desenvolvimento sustentável. Pág. 35 . Tabela de Fatores ASG da MAPFRE. Pág. 39 . – Capítulo 4.6. A MAPFRE e a Sociedade. Principais associações. Pág. 129
G4-16	Elabore uma lista com as associações (por exemplo, as associações industriais) e as organizações de promoção nacional ou internacional às quais a organização pertence.	– Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Compromisso com o desenvolvimento sustentável. Pág. 35 . Fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG). Pág. 38 . Tabela de Fatores ASG da MAPFRE. Pág. 39 . – Capítulo 4.6. A MAPFRE e a Sociedade. Principais associações. Pág. 129



Aspectos materiais e cobertura

G4-17	a. Elabore uma lista das entidades que figuram nos estados financeiros consolidados da organização e outros documentos equivalentes. b. Assinale se alguma das entidades incluídas nos estados financeiros consolidados da organização e outros documentos equivalentes não aparecem no histórico.	Relatório Integrado 2016: Evolução dos negócios. Pág. 39 . Gestão de riscos. Pág. 68
G4-18	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 3.2.5. Estudo de materialidade 2016. Pág. 53 – Capítulo 6.1. Princípios seguidos para a elaboração do relatório de Responsabilidade Social Corporativa. Pág. 161

INDICADORES GRI G4		PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)
G4-19	Elabore uma lista dos Aspectos materiais que se identificaram durante o processo de definição do conteúdo do histórico.	- Capítulo 3.2.5. Estudo de materialidade 2016. Pág. 53
G4-20	Indique a cobertura de cada Aspecto material dentro da organização.	- Capítulo 3.2.5. Estudo de materialidade 2016. Pág. 53 - Capítulo 6.1. Princípios seguidos para a elaboração do relatório de Responsabilidade Social Corporativa. Pág. 161
G4-21	Indique o limite de cada Aspecto material fora da organização.	- Capítulo 3.2.5. Estudo de materialidade 2016. Pág. 53 - Capítulo 6.1. Princípios seguidos para a elaboração do relatório de Responsabilidade Social Corporativa. Pág. 161
G4-22	Descreva as consequências das reformulações da informação de históricos anteriores e suas causas.	- Capítulo 6.1. Princípios seguidos para a elaboração do relatório de Responsabilidade Social Corporativa. Pág. 161
G4-23	Assinale toda mudança significativa no Alcance e na Cobertura de cada Aspecto a respeito de históricos anteriores.	- Capítulo 6.1. Princípios seguidos para a elaboração do relatório de Responsabilidade Social Corporativa. Pág. 161



Participação de grupos de interesse

G4-24	Elabore uma lista dos grupos de interesse vinculados à organização.	- Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): O modelo de criação de valor sustentável e a relação com os grupos de interesse: A relação com os grupos de interesse (stakeholders) Pág. 25
G4-25	Indique no que se baseia a escolha dos grupos de interesse com os quais a organização trabalha.	- Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): O modelo de criação de valor sustentável e a relação com os grupos de interesse: A relação com os grupos de interesse (stakeholders) Pág. 25
G4-26	Descreva o enfoque da organização sobre a Participação dos grupos de interesse; por exemplo, a frequência com que se colabora com os distintos tipos e grupos de partes interessadas, ou assinale se a participação de um grupo foi realizada especificamente no processo de elaboração do relatório.	- Capítulo 3.2.5. Estudo de materialidade 2016: fases do estudo de materialidade. Pág. 54
G4-27	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 3.1. O modelo de criação de valor sustentável e a relação com os grupos de interesse. A relação com os grupos de interesse (stakeholders). Pág. 25



Perfil do histórico

G4-28	Período objeto do histórico	2016
G4-29	Data do último histórico	2016
G4-30	Ciclo de apresentação de históricos	Anual
G4-31	Forneça um ponto de contato para resolver as dúvidas que puderem surgir sobre o conteúdo do histórico.	- Capítulo 6. Informação Complementar: Princípios seguidos para a elaboração do relatório de Responsabilidade Social Corporativa. Pág. 161

INDICADORES GRI G4	PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)
G4-32 a. Indique que opção «em conformidade» com o Guia a organização escolheu. b. Forneça o Índice de GRI da opção escolhida. c. Proporcione a referência ao Relatório de Verificação externa, se houver.	– Capítulo 6. Informação Complementar: Princípios seguidos para a elaboração do relatório de Responsabilidade Social Corporativa. Pág. 161
G4-33 a. Descreva a política e as práticas vigentes da organização a respeito da verificação externa do histórico. b. Se não mencionado 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 alta diretoria participaram da solicitação de verificação externa para o histórico de sustentabilidade da organização.	– Capítulo 6. Informação Complementar: Princípios seguidos para a elaboração do relatório de Responsabilidade Social Corporativa. Pág. 161. Relatório de verificação externa. Pág. 182 – Carta do Presidente. Pág. 4

	Governança	
G4-34	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.	Relatório Integrado 2016: Governo Corporativo: Sistema de Governança. Pág. 56. Comitê de Responsabilidade Social Corporativa. Relatório Anual do Governo Corporativo https://www.mapfre.com/corporate/images/12-corporate-governance-annual-report-2016_tcm885-390300.pdf – Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE. O sistema integrado de gestão ambiental, energética e a pegada de carbono: SIGMAYE. Pág. 136
G4-35	Descreva o processo mediante o qual o órgão superior de governança delega sua autoridade na alta diretoria e em determinados funcionários para questões de índole econômica, ambiental e social.	Apartado C.2.1 do Relatório Anual do Governo Corporativo (IAGC). https://www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/
G4-36	Indique se existem na organização cargos executivos ou com responsabilidade em questões econômicas, ambientais e sociais, e se seus responsáveis prestam contas diretamente junto ao órgão superior de governança.	Apartado C.2.1 do Relatório Anual do Governo Corporativo (IAGC). https://www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/
G4-37	Descreva os processos de consulta entre os grupos de interesse e o órgão superior de governança a respeito de questões econômicas, ambientais e sociais. Se essa consulta for delegada, indique a quem e descreva os processos de intercâmbio de informação com o órgão superior de governança.	– Capítulo 4.3: A MAPFRE e seus Acionistas: a relação da MAPFRE com os acionistas e investidores. Pág. 113
G4-38	Descreva a composição do órgão superior de governança e de seus comitês.	Relatório Integrado 2016: Governança Corporativa: Sistema de governança. Pág. 56
G4-39	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.	Relatório Integrado 2016: Governança Corporativa: Sistema de governança. Pág. 56
G4-40	Descreva os processos de designação e seleção do órgão superior de governança e seus comitês, bem como os critérios nos quais é baseada a designação e a seleção dos membros do primeiro.	Apartados C.1.19., C.1.5. e C.1.6. do Relatório Anual do Governo Corporativo (IAGC). https://www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/
G4-41	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.	Apartados D.6. e D.7. e A.1. à A.7. do Relatório Anual do Governo Corporativo (IAGC). https://www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/



INDICADORES GRI G4	PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)
G4-42 Descreva as funções do órgão superior de governança e da alta diretoria no desenvolvimento, aprovação e atualização do propósito, dos valores ou das declarações de missão, das estratégias, políticas e dos objetivos relativos aos impactos econômicos, ambiental e social da organização.	Apartado C.2.1. do Relatório Anual do Governo Corporativo (IAGC). Título I, Capítulo II do Regulamento do Conselho de Administração da MAPFRE: "Funciones y Competencias del Consejo" https://www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/ Relatório Integrado 2016: Governo Corporativo: Sistema de Governança. Pág. 56. Modelo de Negócio e Estratégia. Pág. 29
G4-43 Assinale quais medidas foram tomadas para desenvolver e melhorar o conhecimento coletivo do órgão superior de governança em relação aos assuntos econômicos, ambientais e sociais.	Apartados C.1.41, C.1.40 do Relatório Anual do Governo Corporativo (IAGC). https://www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/
G4-44 a. Descreva os processos de avaliação do desempenho do órgão superior de governança em relação aos assuntos econômicos, ambientais e sociais. Indique se a avaliação é independente e com que frequência é realizada. Indique se trata-se de uma autoavaliação. b. Descreva as medidas adotadas como consequência da avaliação de desempenho do órgão superior de governança em relação à direção dos assuntos econômicos, ambientais e sociais; entre outros aspectos, indique como mínimo se houve mudanças nos membros ou nas práticas organizacionais.	Apartado C.1.20. do Relatório Anual do Governo Corporativo (IAGC). https://www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/ Pela sua importância, remetimos ao Regulamento do Conselho de Administração, o documento aprovado em janeiro de 2016 e publicado na página web Corporativa. Título I. Conselho de Administração e Título II. Comissão e Comitês Delegados https://www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/
G4-45 a. Descreva a função do órgão superior de governança na identificação e gestão dos impactos, dos riscos e das 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 são feitas consultas aos grupos de interesse para utilizar no trabalho do órgão superior de governança na identificação e gestão dos impactos, dos riscos e das oportunidades de caráter econômico, ambiental e social.	Apartados E.1., E.2. e F.1. do Relatório Anual do Governo Corporativo (IAGC). https://www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/ – Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG). Pág. 38 Relatório Integrado 2016: Gestão de riscos. Pág. 68 Pela sua importância, remetimos ao Regulamento do Conselho de Administração, o documento aprovado em janeiro de 2016 e publicado na página web Corporativa. Capítulo IV: Comitê De Riscos e Compliance https://www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/
G4-46 Descreva a função do órgão superior de governança na análise da eficácia dos processos de gestão do risco da organização no referente aos assuntos econômicos, ambientais e sociais.	Apartados E.2. e E.6. do Relatório Anual do Governo Corporativo (IAGC). https://www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/ Pela sua importância, remetimos ao Regulamento do Conselho de Administração, o documento aprovado em janeiro de 2016 e publicado na página web Corporativa. Capítulo IV: Comitê De Riscos e Compliance https://www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/
G4-47 Indique com que frequência o órgão superior de governança analisa os impactos, os riscos e as oportunidades de caráter econômico, ambiental e social.	Apartado E.1. do IAGC. do Relatório Anual do Governo Corporativo (IAGC). https://www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/ Pela sua importância, remetimos ao Regulamento do Conselho de Administração, o documento aprovado em janeiro de 2016 e publicado na página web Corporativa. Capítulo IV: Comitê De Riscos e Compliance https://www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/ – Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG) Pág. 38 Relatório Integrado 2016: Gestão de riscos. Pág. 68

INDICADORES GRI G4	PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)
<p>G4-48 Indique qual é o comitê ou o cargo de maior importância que revisa e aprova o histórico de sustentabilidade da organização e se assegura de que todos os Aspectos materiais estejam refletidos.</p>	<p>Apartado C.2.1 do Relatório Anual do Governo Corporativo (IAGC). https://www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/</p> <p>Pela sua importância, remetimos ao Regulamento do Conselho de Administração, o documento aprovado em janeiro de 2016 e publicado na página web Corporativa. Título I Capítulo I: Funções e Competência do Conselho https://www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/</p>
<p>G4-49 Descreva o processo para transmitir as preocupações importantes ao órgão superior de governança.</p>	<p>Pela sua importância, remetimos ao Regulamento do Conselho de Administração, o documento aprovado em janeiro de 2016 e publicado na página web Corporativa. Título I Capítulo I: Funções e Competência do Conselho https://www.mapfre.com/corporativo-pt/acionistas-investidores/investidores/governo-corporativo/</p> <p>– Capítulo 4.3. A MAPFRE e seus Acionistas: Relação da MAPFRE com os acionistas e investidores. Pág. 113</p> <p>Comitê de Ética: Código de Ética e Conduta: composição e funções: Consultas. https://www.mapfre.com/corporativo-pt/responsabilidade-social/definicao-objetivos/codigo-de-etica.jsp</p>
<p>G4-50 Assinale a natureza e o número de preocupações importantes que se transmitiram ao órgão superior de governança; descreva deste modo os mecanismos que se empregaram 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. 113</p> <p>Comitê de Ética: Código de Ética e Conduta: composição e funções. https://www.mapfre.com/corporativo-pt/responsabilidade-social/definicao-objetivos/codigo-de-etica.jsp</p>
<p>G4-51 a. Descreva as políticas de remuneração para o órgão superior de governança e a alta diretoria. b. Relacione os critérios relativos ao desempenho que afetam a política de remunerações aos objetivos econômicos, ambientais e sociais do órgão superior de governança e da alta diretoria.</p>	<p>Relatório Integrado 2016: Governança Corporativa: Sistema de governança. Pág. 56</p>
<p>G4-52 Descreva os processos de determinação da remuneração. Indique se recorre-se 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>Relatório Integrado 2016: Governança Corporativa: Sistema de governança. Pág. 56</p>
<p>G4-53 Explique como é solicitada e levada em conta a opinião dos grupos de interesse no que diz respeito à remuneração, incluindo, se necessário, os resultados das votações sobre políticas e propostas relacionadas com esta questão.</p>	<p>Relatório Integrado 2016: Governança Corporativa: Sistema de governança. Pág. 56</p>

INDICADORES GRI G4	PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)
G4-54 Calcule a relação entre a remuneração total anual da pessoa melhor paga da organização em cada país onde são levadas a cabo operações significativas e a remuneração total anual média de todo o quadro (sem considerar a pessoa melhor paga) do país correspondente.	A informação pública sobre a remuneração pode-se encontrar na memória de contas anuais segundo estabelece a norma contábil e mercantil. Também no Relatório Anual sobre Remunerações dos Conselheiros (IAR) https://www.mapfre.com/corporativo-es/images/5-cuentas-anales-consolidadas-2016_tcm884-390385.pdf
G4-55 Calcule a relação entre o incremento percentual da remuneração total anual da pessoa melhor paga da organização em cada país onde se levam a cabo operações significativas e o incremento percentual da remuneração total anual média de todo o quadro (sem considerar a pessoa melhor paga) do país correspondente.	– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus funcionários: Compensações e reconhecimento. Pág. 76 – Não é possível divulgar mais detalhes por razões da confidencialidade.

 Ética e integridade	
G4-56 Descreva os valores, os princípios, os padrões e as normas da organização, tais como códigos de conduta ou códigos éticos.	– Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): o modelo de criação de valor sustentável e a relação com os grupos de interesse. Pág. 25 Relatório Integrado 2016: Governo Corporativo: Ética e Responsabilidade Social. Pág. 61
G4-57 Descreva os mecanismos internos e externos de assessoramento em prol de uma conduta ética e lícita, e para os assuntos relacionados com a integridade da organização, tais como linhas telefônicas de ajuda ou assessoramento.	– Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Medidas de prevenção e cumprimento. Pág. 45
G4-58 Descreva os mecanismos internos e externos de denúncia de condutas pouco éticas ou ilícitas e de assuntos relativos à integridade da organização, tais como a notificação diferenciada aos diretores, os mecanismos de denúncia de irregularidades ou as linhas telefônicas de ajuda.	Mecanismos Internos: Capítulo 3: A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Medidas de Prevenção e cumprimento. Pág. 45 Mecanismos Externos. – Capítulo 3: A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): O modelo de criação de valor sustentável e a relação com os grupos de interesse. Pág. 25 – Capítulo 6. Informação complementar. Princípios seguidos para a elaboração do relatório de responsabilidade social corporativa. Capacidade de resposta. Pág. 161

Conteúdos básicos específicos

INDICADORES GRI G4	PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)
CATEGORIA: ECONOMIA	
 Desempenho econômico	
G4-EC1 Valor econômico direto gerado e distribuído, incluindo receitas, custos de exploração, remuneração de funcionários, doações e outros investimentos na comunidade, benefícios não distribuídos e pagamentos a fornecedores de capital e a governos.	Relatório Integrado 2016. Relatório Anual da Fundación MAPFRE 2016.

INDICADORES GRI G4	PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)
G4-EC2 Consequências financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da organização devido à mudança climática.	– Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG). Pág. 38. – Capítulo 4.2. A MAPFRE e os seus clientes. Produtos e serviços ambientais. Pág. 97 – Capítulo 5. Dimensão Meio Ambiental: Pegada de Carbono. Pág. 144
G4-EC3 Cobertura das obrigações da organização devidas a programas de benefícios sociais.	– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Compensações e reconhecimento. Pág. 76
G4-EC4 Ajuda financeiras significativas recebidas de governos.	– Relatório Integrado 2016. Unidades de negócio. Pág. 13 Contas Anuais Consolidadas 2016. Unidades de Negócio. https://www.mapfre.com/corporativo-es/images/5-cuentas-anales-consolidadas-2016_tcm884-390385.pdf – Capítulo 4.2. A MAPFRE e os seus clientes. Produtos e serviços ambientais. Pág. 97



Presença no mercado

G4-EC5 Faixa das relações entre o salário inicial padrão e o salário mínimo local em lugares com desenvolvimento de operações significativas	– Capítulo 4. A MAPFRE e seus funcionários: Compensações e reconhecimento. Pág. 76
G4-EC6 Percentagem de altos diretores procedentes da comunidade local em lugares onde são desenvolvidas operações significativas	– Capítulo 4. A MAPFRE e seus funcionários: Aspectos transversais na gestão da diversidade. Pág. 68



Consequências econômicas indiretas

G4-EC7 Desenvolvimento e impacto do investimento em infraestruturas e os tipos de serviços.	– Não se aplica.
G4-EC8 Impactos econômicos indiretos significativos e seu alcance.	– Não se aplica.



Práticas de aquisição

G4-EC9 Percentagem da despesa nos lugares com operações significativas que corresponde a fornecedores locais.	– Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Tipos de Fornecedores. Pág. 120
--	---

CATEGORIA: MEIO AMBIENTE



Materiais

G4-EN1 Materiais utilizados, por peso ou volume.	– Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: Eco eficiência: otimização dos recursos. Pág. 148
G4-EN2 Percentagem dos materiais utilizados que são materiais reciclados.	



Energia

G4-EN3 Consumo energético interno, desagregado por fontes primárias.	– Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: pegada de carbono. Pág. 144
G4-EN4 Consumo energético externo, desagregado por fontes primárias.	
G4-EN5 Intensidade energética.	



INDICADORES GRI G4		PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)
G4-EN6	Redução do consumo energético.	- Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: pegada de carbono; consecução dos resultados 2016. Pág. 144
G4-EN7	Reduções dos requisitos energéticos dos produtos e serviços.	- Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: pegada de carbono. Pág. 144
	Água	
G4-EN8	Captação total de água segundo a fonte.	- Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: Ecoeficiência; Otimização de recursos. Pág. 148
G4-EN9	Fontes de água que foram afetadas significativamente pela captação de água.	- Não se aplica.
G4-EN10	Porcentagem e volume total de água reciclada e reutilizada.	- Não se aplica.
	Biodiversidade	
G4-EN11	Instalações operacionais próprias, arrendadas, administradas que sejam adjacentes, incluam ou estejam localizadas em áreas protegidas e áreas não protegidas de grande valor para a biodiversidade.	- Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: preservação da biodiversidade. Pág. 154
G4-EN12	Descrição dos impactos mais significativos na biodiversidade de áreas protegidas ou áreas de alta biodiversidade não protegidas, derivados das atividades, dos produtos e dos serviços.	- Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: preservação da biodiversidade. Pág. 154 - Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus Clientes: Produtos e serviços ambientais. Pág. 97
G4-EN13	Habitats protegidos ou restaurados.	- Não se aplica.
G4-EN14	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.	
	Emissões	
G4-EN15	Emissões diretas de gases de efeito estufa.	- Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: pegada de carbono. Pág. 144
G4-EN16	Emissões diretas de gases de efeito estufa ao gerar energia.	
G4-EN17	Outras emissões indiretas de gases de efeito estufa.	
G4-EN18	Intensidade das emissões diretas de gases de efeito estufa.	
G4-EN19	Redução das emissões de gases de efeito estufa.	
G4-EN20	Emissões de substâncias que esgotam o ozônio.	- Não se aplica.
G4-EN21	NOX, SOX e outras emissões atmosféricas significativas	- Não se aplica.
	Efluentes e resíduos	
G4-EN22	Descarga total de águas, segundo sua qualidade e seu destino	- Não se aplica.

INDICADORES GRI G4	PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)
G4-EN23 Peso total dos resíduos, segundo o tipo e o método de tratamento	– Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: Gestão de restos. Pág. 152
G4-EN24 Número e volume totais dos derrames significativos	– Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: Derrames e fugas. Pág. 154
G4-EN25 Peso dos resíduos transportados, importados, exportados ou tratados que se consideram perigosos e percentagem de resíduos transportados internacionalmente.	– Não se aplica.
G4-EN26 Identificação, tamanho, estado de proteção e valor de biodiversidade das massas de água e dos habitats relacionados afetados significativamente por descargas e escoamentos procedentes de organização.	– Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: Emissões e vertidos. Pág. 153
Produtos e serviços	
G4-EN27 Grau de mitigação do impacto ambiental dos produtos e serviços.	– Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: produtos e serviços ambientais. Pág. 97
G4-EN28 Percentagem dos produtos vendidos e seus materiais de embalagem que se recuperam ao final de seu vida útil, por categorias de produtos.	– Não se aplica.
Cumprimento regulatório	
G4-EN29 Valor monetário das multas significativas e número de sanções não monetárias por descumprimento da legislação e da normativa ambiental.	Não temos conhecimento de reclamações, multas ou sanções significativas associadas a descumprimentos relativos à normativa ambiental durante o exercício
Transporte	
G4-EN30 Impactos ambientais significativos do transporte de produtos e outros bens e materiais utilizados para as atividades da organização, bem como do transporte de pessoal.	– Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: Pegada de Carbono. Pág. 144
Geral	
G4-EN31 Desagregação dos despesas e dos investimentos ambientais.	– Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: SIGMAYE. Ecoeficiência: Otimização de recursos. Pág. 148
Avaliação ambiental dos fornecedores	
G4-EN32 Percentagem de novos fornecedores que foram examinados em função de critérios ambientais.	– Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Critérios de seleção de fornecedores e relação com estes. Pág. 121 . Homologação de fornecedores. Pág. 122
G4-EN33 Impactos ambientais negativos significativos, reais e potenciais, na cadeia de fornecimento, e medidas relacionadas.	– Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Homologação de fornecedores. Pág. 122 – Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: Gestão de restos. Pág. 152



Mecanismo de reclamação em matéria ambiental

G4-EN34 Número de reclamações ambientais que se apresentaram, abordaram e resolveram mediante mecanismos formais de reclamação.

Não temos conhecimento de outras reclamações, multas ou sanções significativas associadas a descumprimentos relativos à normativa ambiental durante o exercício

CATEGORIA: DESEMPENHO SOCIAL > PRÁTICAS DE TRABALHO E TRABALHO DIGNO



Emprego

G4-LA1 Número e taxa de contratações e rotação média de funcionários, desagregados por grupo etário, sexo e região.

– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Política de emprego. **Pág. 67**

G4-LA2 Prestações sociais para os funcionários de jornada completa que não são fornecidas aos funcionários temporários ou de meia jornada, desagregadas por localizações significativas de atividade.

– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Compensações e reconhecimento. **Pág. 76**

G4-LA3 Índices de reincorporação ao trabalho e de retenção após saída por maternidade ou paternidade, desagregados por sexo.

– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários. Ambiente de trabalho. **Pág. 83**



Relações entre os trabalhadores e a diretoria

G4-LA4 Prazos mínimos de aviso prévio das mudanças operacionais e possível inclusão deles em convenções coletivas.

– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Representação legal dos trabalhadores. **Pág. 80**



Saúde e segurança no trabalho

G4-LA5 Percentagem de trabalhadores que está representado em comitês formais de segurança e saúde conjuntos para a diretoria e os funcionários, estabelecidos para ajudar a controlar e assessorar sobre programas de segurança e saúde trabalhista.

– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Ambiente de trabalho. **Pág. 83**

G4-LA6 Tipo e taxa de lesões, doenças profissionais, dias perdidos, ausências e número de vítimas mortais relacionadas ao trabalho por região e por sexo.

– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Ambiente de trabalho. **Pág. 83**

G4-LA7 Trabalhadores cuja profissão tem uma incidência ou um risco elevado de doença.

– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Ambiente de trabalho. **Pág. 83**

G4-LA8 Assuntos de saúde e segurança cobertos em acordos formais nos sindicatos.

– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Ambiente de trabalho. **Págs. 83**



Treinamento e educação

G4-LA9 Média de horas de treinamento anuais por funcionário, desagregada por sexo e por categoria de trabalho.

– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Desenvolvimento profissional. **Pág. 73**

G4-LA10 Programas de gestão de habilidades de formação contínua que promovem a empregabilidade dos trabalhadores e os ajudam a administrar o final de suas carreiras profissionais.

– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Desenvolvimento profissional. **Pág. 73**. Mobilidade interna e promoção. **Pág. 74**. Desempenho. **Pág. 76**.

INDICADORES GRI G4

PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)

G4-LA11 Percentagem de funcionários que recebem avaliações regulares do desempenho e de desenvolvimento profissional.

– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Desenvolvimento profissional. **Pág. 73.** Desempenho. **Pág. 76**



Diversidade e igualdade de oportunidades

G4-LA12 Composição dos órgãos de governança e desagregação do quadro por categoria profissional e sexo, idade, pertencimento a minorias e outros indicadores de diversidade.

– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus Funcionários: Política de emprego. Principais dados. **Pág. 67.** Aspectos transversais na gestão: a diversidade. **Pág. 68**
Relatório Integrado 2016: Governo Corporativo: Sistema de Governança. **Pág. 56.**



Igualdade de remuneração entre mulheres e homens

G4-LA13 Relação entre o salário base dos homens em comparação com o das mulheres, desagregado por categoria profissional e por localizações significativas de atividade.

– Esta informação não se encontra disponível na data de fechamento do relatório.



Avaliação das práticas de trabalho dos fornecedores

G4-LA14 Percentagem de novos fornecedores que foram examinados 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. 121.** Homologação de Fornecedores. **Pág. 122**

G4-LA15 Impactos negativos significativos, reais e potenciais, nas práticas de trabalho na cadeia de suprimento, e medidas relacionadas.

– Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Critérios de seleção de fornecedores e relação com estes. **Pág. 121**



Mecanismos de reclamação sobre as práticas de trabalho

G4-LA16 Número de reclamações sobre práticas de trabalho que se apresentaram, abordaram e resolveram mediante mecanismos formais de reclamação.

– Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Medidas de prevenção e cumprimento. **Pág. 45**

DIREITOS HUMANOS



Investimento

G4-HR1 Percentagem e número total de acordos de investimento significativos que incluem cláusulas de direitos humanos ou que foram objeto de análise em matéria de direitos humanos.

– Esta informação não se encontra disponível na data de fechamento do relatório.

G4-HR2 Horas de formação dos funcionários sobre políticas e procedimentos relacionados com aqueles aspectos dos direitos humanos relevantes para suas atividades, incluída a percentagem de funcionários capacitados.

– Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Medidas de prevenção e cumprimento. **Pág. 45**



Não discriminação

G4-HR3 Número de casos de discriminação e medidas corretivas adotadas.

– Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Medidas de prevenção e cumprimento. **Pág. 45**

(100) ↑ ↑

INDICADORES GRI G4

PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)



Liberdade de associação e negociação coletiva

G4-HR4 Identificação de centros e fornecedores significativos nos quais a liberdade de associação e o direito de se beneficiar de convenções coletivas podem ser infringidos ou estar ameaçados, e medidas adotadas para defender estes direitos.

– Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Medidas de prevenção e cumprimento. **Pág. 45**
– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus funcionários. Representação legal dos trabalhadores. **Pág. 80**
– Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Homologação de fornecedores. **Pág. 122**
– Código Ético e de Conduta.



Trabalho infantil

G4-HR5 Identificação de centros e fornecedores com um risco significativo de casos de exploração infantil, e medidas adotadas para contribuir para a abolição da exploração infantil.

– Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Compromisso com o desenvolvimento sustentável. **Pág. 35**. Fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG). **Pág. 38**. Gestão e controle de Riscos ASG. **Pág. 40**. Medidas de prevenção e cumprimento. **Pág. 45**
– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus funcionários. Política de emprego. **Pág. 67**
– Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Fidelização e avaliação da qualidade do serviço. **Pág. 122**
– Código Ético e de Conduta.



Trabalho forçado

G4-HR6 Centros e fornecedores com um risco significativo de causar 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 Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Compromisso com o desenvolvimento sustentável. **Pág. 35**. Fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG). **Pág. 38**. Gestão e controle de Riscos ASG. **Pág. 40**. Medidas de prevenção e cumprimento. **Pág. 45**
– Capítulo 4.1. A MAPFRE e seus funcionários. Política de emprego. **Pág. 67**
– Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Fidelização e avaliação da qualidade do serviço. **Pág. 122**
– Código Ético e de Conduta.



Medidas de segurança

G4-HR7 Percentagem do pessoal de segurança que recebeu treinamento sobre as políticas ou procedimentos da organização em matéria de direitos humanos relevantes para as operações.

– Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Compromisso com o desenvolvimento sustentável. **Pág. 35**. Fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG). **Pág. 38**. Gestão e controle de Riscos ASG. **Pág. 40**. Medidas de prevenção e cumprimento. **Pág. 45**



Direitos da população indígena

G4-HR8 Número de casos de violação dos direitos humanos dos povos indígenas e medidas adotadas.

– Não se aplica.



INDICADORES GRI G4		PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)
	Avaliação	
G4-HR9	Número e percentagem de centros que foram objeto de exames ou avaliações de impactos em matéria de direitos humanos.	- Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Compromisso com o desenvolvimento sustentável. Pág. 35
	Avaliação dos fornecedores em matéria de Direitos humanos	
G4-HR10	Percentagem de novos fornecedores que foram examinados em função de critérios relativos aos direitos humanos.	- Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Compromisso com o desenvolvimento sustentável. Pág. 34 - Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Homologação de fornecedores. Pág. 122
G4-HR11	Impactos negativos significativos em matéria de direitos humanos, reais e potenciais, na cadeia de suprimento, e medidas relacionadas.	- Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Fidelização e avaliação da qualidade do serviço. Pág. 122
	Mecanismos de reclamação em matéria de Direitos Humanos	
G4-HR12	Número de reclamações sobre direitos humanos que se apresentaram, abordaram e resolveram mediante mecanismos formais de reclamação.	- Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Medidas de prevenção e cumprimento. Pág. 45
SOCIEDADE		
	Comunidades Locais	
G4-SO1	Percentagem de centros onde foram implementados programas de desenvolvimento, avaliações de impactos e participação da comunidade local.	Relatório Anual da Fundación MAPFRE 2016.
G4-SO2	Centros de operações com efeitos negativos significativos, possíveis ou reais, sobre as comunidades locais.	Relatório Anual da Fundación MAPFRE 2016.
	Luta contra a corrupção	
G4-SO3	Número e percentagem de centros nos quais foram avaliados os riscos relacionados com a corrupção e riscos significativos detectados.	- Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Compromisso com o desenvolvimento sustentável. Pág. 35 . Gestão e controle de riscos ASG. Pág. 40 . Medidas de prevenção e cumprimento. Pág. 45 .
G4-SO4	Políticas e procedimentos de comunicação e treinamento sobre a luta contra a corrupção.	- Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Compromisso com o desenvolvimento sustentável. Pág. 35 . Gestão e controle de riscos ASG. Pág. 40 . Medidas de prevenção e cumprimento. Pág. 45 .
G4-SO5	Casos confirmados de corrupção e medidas adotadas.	- Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Compromisso com o desenvolvimento sustentável. Pág. 35 . Gestão e controle de riscos ASG. Pág. 40 . Medidas de prevenção e cumprimento. Pág. 45 .

INDICADORES GRI G4	PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)	
	Política pública	
G4-SO6	Valor das contribuições políticas, por país e destinatário.	Política de governança corporativa https://www.mapfre.com/corporativo-es/accionistas-inversores/inversores/gobierno-corporativo/Código Ético e de Conduta https://www.mapfre.com/corporativo-pt/responsabilidade-social/definicao-objetivos/codigo-de-etica.jsp
	Práticas de concorrência desleal	
G4-SO7	Número de demandas por concorrência desleal, práticas monopolísticas ou contra a livre concorrência e seu resultado.	Em 2016 não ocorreram demandas significativas por concorrência desleal, práticas monopolísticas ou contra a livre concorrência
	Cumprimento regulatório	
G4-SO8	Valor monetário das multas significativas e número de sanções não monetárias por descumprimento da legislação e da normativa.	O valor correspondente a multas e sanções por descumprimento da legislação e da normativa (em geral e em relação com o suprimento e o uso de produtos e serviços) pago em 2016 não tem caráter de “significativo” para o Grupo MAPFRE
	Avaliação do impacto social dos fornecedores	
G4-SO9	Porcentagem de novos fornecedores que foram examinados em função de critérios relativos ao impacto social.	– Capítulo 4.5. A MAPFRE e seus Fornecedores: Homologação de fornecedores. Pág. 122
G4-SO10	Impactos negativos significativos e potenciais para a sociedade na cadeia de suprimento, e medidas adotadas.	– Não se aplica.
	Mecanismo de reclamação por impacto social	
G4-SO11	Número de reclamações sobre impactos sociais que se apresentaram, abordaram e resolveram mediante mecanismos formais de reclamação.	Durante o exercício 2016, e através dos mecanismos formais existentes na organização, não se registraram reclamações sobre impactos sociais.
RESPONSABILIDADE SOBRE PRODUTOS		
	Saúde e segurança dos clientes	
G4-PR1	Porcentagem de categorias de produtos e serviços significativos cujos impactos em matéria de saúde e segurança foram avaliados para promover melhorias.	– Não se aplica.
G4-PR2	Número de incidentes derivados do descumprimento da normativa ou dos códigos voluntários relativos aos impactos dos produtos e serviços na saúde e na segurança durante seu ciclo de vida, desagregados em função do tipo de resultado desses incidentes.	– Não se aplica.

INDICADORES GRI G4

PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)



Rotulagem dos produtos e serviços

G4-PR3	Tipo de informação requerida pelos procedimentos da organização relativos à informação e à rotulagem de seus produtos e serviços, e percentagem de categorias de produtos e serviços significativos que estão sujeitas a esses requisitos.	- Não disponível - Varia em função da legislação local. Aplica-se sobretudo a produtos de Economia e Investimento.
G4-PR4	Número de descumprimentos da regulação e dos códigos voluntários relativos à informação e à rotulagem dos produtos e serviços, desagregados em função do tipo de resultado.	- Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus Clientes. Reclamações e Queixas. Pág. 103
G4-PR5	Resultados das pesquisas para medir a satisfação dos clientes.	- Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Fidelização na MAPFRE. Pág. 102



Comunicações de Marketing

G4-PR6	Venda de produtos proibidos ou em litígio.	- Não se aplica.
G4-PR7	Número de casos de descumprimento da normativa ou dos códigos voluntários relativos às comunicações de marketing, tais como publicidade, promoção e o patrocínio, desagregados em função do tipo de resultado.	Durante o exercício 2016, não se registraram casos significativos de descumprimento da normativa ou dos códigos voluntários assumidos pela empresa.



Privacidade dos clientes

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2016

G4-PR8	Número de reclamações fundamentadas sobre a violação da privacidade e o vazamento de dados dos clientes.	- Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Medidas de prevenção e cumprimento; Segurança. Pág. 49 - Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Reclamações e Queixas. Pág. 103
---------------	--	---



Cumprimento regulatório

Aspecto Material segundo o processo de materialidade realizado em 2016

G4-PR9	Custo das multas significativas por descumprir a normativa e a legislação relativas ao suprimento e o uso de produtos e serviços.	- Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Reclamações e Queixas. Pág. 103 O valor correspondente a multas e sanções por descumprimento da legislação e da normativa pago em 2016 não tem caráter de “significativo” para o Grupo MAPFRE
---------------	---	---

Indicadores GRI suplemento financeiro

PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)



Impacto de produtos e serviços

G4-FS1	Políticas com componentes específicos sociais e ambientais aplicados às linhas de negócio.	- Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Gestão e controle de riscos ASG. Pág. 40 - Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus Clientes: Produtos e serviços de alto conteúdo social. Pág. 94 . Produtos e serviços ambientais. Pág. 97 - Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: O compromisso da MAPFRE com o meio ambiente e a sustentabilidade. Pág. 135
---------------	--	---

PÁGINA/INFORMAÇÕES (OMISSÃO)

G4-FS2	Procedimentos para avaliar e proteger as linhas de negócio quanto a riscos ambientais e sociais.	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Gestão e controle de riscos ASG. Pág. 40 - Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: Estratégia da MAPFRE para a mitigação e a adaptação à Mudança Climática. Pág. 142
G4-FS3	Processos para monitorar a implementação e o cumprimento dos requerimentos ambientais e sociais incluídos em acordos e transações com clientes.	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Gestão e controle de riscos ASG. Pág. 40 - Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus Clientes: Produtos e serviços de alto conteúdo social. Pág. 94. Produtos e serviços ambientais. Pág. 97 - Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: O compromisso da MAPFRE com o meio ambiente e a sustentabilidade. Pág. 135
G4-FS4	Processos para melhorar a competência do quadro na hora de implementar as políticas e procedimentos sociais e ambientais aplicáveis às linhas de negócio.	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE. O sistema integrado de gestão ambiental, energética e de pegada de carbono: SIGMAYE. Pág. 136. Cultura meio ambiental. Pág. 155
G4-FS5	Interações com clientes, investidores e parceiros quanto aos riscos e oportunidades em temas sociais e de meio ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG). Pág. 38 - Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Inovação. Pág. 92. Canais de comunicação com o cliente. Pág. 100. - Capítulo 4.3. A MAPFRE e seus acionistas: Relação da MAPFRE com os acionistas e investidores. Pág. 113 - mapfre.com: Informação corporativa do Grupo MAPFRE/ Seção Acionistas e Investidores. - Capítulo 5. A dimensão meio ambiental da MAPFRE: Estratégia da MAPFRE para a atenuação e adaptação às mudanças climáticas. Pág. 142



Carteira de produto

G4-FS6	Desagregação da carteira para cada linha de negócio, por região específica, tamanho e setor.	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Inovação. Pág. 92 Relatório Integrado 2016. Unidades de negócio. Pág. 13
G4-FS7	Valor monetário dos produtos e serviços projetados para oferecer um benefício social específico por cada linha de negócio desagregado por objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Produtos e serviços de Alto conteúdo social. Pág. 94
G4-FS8	Valor monetário dos produtos e serviços projetados para oferecer um benefício ambiental específico por cada linha de negócio desagregado por objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: produtos e serviços ambientais. Pág. 97



Auditoria

G4-FS9	Cobertura e frequência das auditorias para avaliar a implementação das políticas ambientais e sociais e os procedimentos de avaliação de riscos.	<ul style="list-style-type: none"> - Carta do Presidente. Pág. 4 - Capítulo 3. A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG). Pág. 38. Medidas de prevenção e Cumprimento. - Capítulo 5.2. O sistema integrado de gestão ambiental, energética e de pegada de carbono: SIGMAYE. Pág. 136 - Capítulo 6. Informação Complementar: Princípios seguidos para a elaboração do relatório de Responsabilidade Social Corporativa. Pág. 161
---------------	--	--

^ ^ 3x



Gestão ativa da propriedade

- | | | |
|----------------|--|--|
| G4-FS10 | Percentagem e número de empresas na carteira com as houve interações em assuntos sociais ou ambientais. | -Essa informação não estava disponível na data de fechamento do relatório. |
| G4-FS11 | Percentagem de ativos sujeitos a análise positiva ou negativa social ou ambiental. | |
| G4-FS12 | 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

- | | | |
|----------------|---|--|
| G4-FS13 | Acessibilidade em zonas de baixa densidade de população ou lugares desfavorecidos. | - Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Produtos e serviços de Alto conteúdo social. Pág. 94 |
| G4-FS14 | Iniciativas para melhorar o acesso dos grupos desfavorecidos aos serviços financeiros | - Relatório da Fundación MAPFRE 2016 |



Saúde e segurança do cliente

- | | | |
|----------------|--|--|
| G4-FS15 | Políticas para o projeto e a venda de produtos e serviços financeiros, de maneira razoável e justa | - Capítulo 4.2. A MAPFRE e seus clientes: Produtos e serviços de Alto conteúdo social. Pág. 94 |
|----------------|--|--|



Comunicações de marketing

- | | | |
|----------------|--|------------------------------------|
| G4-FS16 | Iniciativas para melhorar a alfabetização e a educação financeira segundo o tipo de beneficiário | Relatório da Fundación MAPFRE 2016 |
|----------------|--|------------------------------------|

6.3. Relatório de verificação externa



KPMG Asesores, S.L.
Pº. de la Castellana, 259 C
28046 Madrid

Relatório de Revisão Independente para o Conselho Diretivo da MAPFRE, S.A.

(Tradução livre da versão em Espanhol. Em caso de discordância, prevalece a versão em Espanhol.)

Nos termos do nosso caderno de encargos, examinámos a informação não financeira contida no Relatório Anual de Responsabilidade Social Corporativa da MAPFRE, S.A. (adiante designada por "MAPFRE") do exercício findo a 31 de dezembro de 2016 (adiante designado como "Relatório") correspondente aos indicadores da Argentina, Brasil, Colômbia, Espanha, Estados Unidos da América, México, Peru, Porto Rico e Turquia, detalhados no Anexo do Relatório e que, no caso, poderiam ser incluídos em os Relatórios locais equivalentes da MAPFRE em estes países.

Responsabilidades da Direção

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.

Estas responsabilidades incluem o estabelecimento dos controles que a direção considere necessários para possibilitar que a preparação dos indicadores, com un nível limitado de certeza, esteja livre de erros materiais devidos a fraude ou erros.

Nossa responsabilidade

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 2016. Realizámos o nosso trabalho nos termos da Normativa ISAE 3000 (revisada), Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information, da Normativa ISAE 3410, *Assurance Engagements on Greenhouse Gas Statements*, emitidas 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.

Revisão limitada sobre os indicadores com um nível limitado de certeza

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.

Conclusões

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 Social Corporativa da MAPFRE, S.A. do exercício encerrado a 31 de dezembro de 2016 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.

Ojetivo do nosso relatório

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 Social Corporativa 2016, o qual inclui os indicadores da Argentina, Brasil, Colômbia, Espanha, Estados Unidos da América, México, Peru, Porto Rico e Turquia, detalhados no Anexo do Relatório e que, no caso, poderiam ser incluídos em os Relatórios locais equivalentes da MAPFRE em estes países. Nestes termos, não tem outra finalidade nem pode ser utilizado em um contexto diferente.

KPMG Asesores, S.L.

(Assinado)

José Luis Blasco Vázquez

7 de março de 2017

INDICADORES DE ARGENTINA						
ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES	
Indicadores de gestão econômica		Indicadores de gestão social		Indicadores de gestão social (cont.)		
Desempenho Econômico	G4-EC1	Práticas Trabalhistas e Trabalho decente	Emprego	Sociedade		
	G4-EC2			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	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Impactos na Sociedade	G4-SO11	
	G4-EN2		G4-LA10			
Energia	G4-EN3	Diversidade e Igualdade de Oportunidades	G4-LA11	Responsabilidade pelo produto		
	G4-EN4		G4-LA12	Rotulagem de Produtos e Serviços	G4-PR4	
	G4-EN5	Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens	G4-LA13	Comunicações de Marketing	G4-PR5	
	G4-EN6	Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	G4-LA14	Privacidade do Cliente	G4-PR7	
G4-EN7	G4-LA15		Conformidade	G4-PR8		
Água	G4-EN8	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	G4-LA16	Suplemento Setorial de Serviços Financeiros		
Biodiversidade	G4-EN11	Direitos Humanos		Impacto de produtos e serviços	G4-FS1	
	G4-EN12	Investimentos	G4-HR2		G4-FS2	
	G4-EN13	Não discriminação	G4-HR3		G4-FS3	
	G4-EN14	Liberdade de Associação e Negociação Coletiva	G4-HR4		G4-FS4	
Emissões	G4-EN15	Trabalho Infantil	G4-HR5	G4-FS5		
	G4-EN16	Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo	G4-HR6	G4-FS6		
	G4-EN17	Práticas de Segurança	G4-HR7	Carteira de produto	G4-FS7	
	G4-EN18	Avaliação	G4-HR9	G4-FS8		
	G4-EN19	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Direitos Humanos	G4-HR12	Auditoria	G4-FS9	
G4-EN23	Gestão activa da propriedade			G4-FS10		
G4-EN24	G4-FS11					
	G4-EN26			G4-FS13		
Produtos e Serviços	G4-EN27			Comunidades Locais	G4-FS14	
Conformidade	G4-EN29			Saúde e Segurança do Cliente	G4-FS15	
Transportes	G4-EN30			Comunicações de Marketing	G4-FS16	
Geral	G4-EN31					
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	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	
			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			G4-LA12
	G4-EN5					G4-LA13
	G4-EN6	Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	G4-LA14	Responsabilidade pelo produto		
G4-EN7	G4-LA15		Rotulagem de Produtos e Serviços	G4-PR4		
Água	G4-EN8	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	G4-LA16	Comunicações de Marketing	G4-PR5	
					Direitos Humanos	Investimentos
Não discriminação	G4-HR3	Conformidade	G4-PR8			
			Liberdade de Associação e Negociação Coletiva	G4-HR4		Suplemento Setorial de Serviços Financeiros
Emissões	G4-EN15	Trabalho Infantil				G4-HR5
			Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo	G4-HR6	G4-FS1	
		Práticas de Segurança				G4-HR7
			Avaliação	G4-HR9	G4-FS3	
		Efluentes e Resíduos			G4-EN19	Avaliação de Fornecedores em Direitos Humanos
Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Direitos Humanos	G4-HR11		G4-FS5			
			G4-EN23	G4-HR12		Carteira de produto
G4-EN24	G4-HR12	Auditoria			G4-FS7	
			G4-EN26	G4-HR12	Gestão activa da propriedade	G4-FS8
G4-EN27	G4-EN27	Comunidades Locais				G4-FS9
			Conformidade	G4-EN29	Saúde e Segurança do Cliente	G4-FS10
Transportes	G4-EN30	Comunicações de Marketing				G4-FS11
			Geral	G4-EN31	Comunicações de Marketing	G4-FS13
Avaliação Ambiente de Fornecedores	G4-EN32	Comunicações de Marketing				G4-FS14
			Mecanismos de Queixas e reclamações Relativas a Impactos Ambientais	G4-EN33	Comunicações de Marketing	G4-FS15
Mecanismos de Queixas e reclamações Relativas a Impactos Ambientais	G4-EN34	Comunicações de Marketing				G4-FS16

INDICADORES DE COLÔMBIA					
ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES	ASPECTOS	INDICADORES
Indicadores de gestão econômica		Indicadores de gestão social		Indicadores de gestão social (cont.)	
Desempenho Econômico	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		
Presença no Mercado	G4-EC5	Relações Trabalhistas	G4-LA4	Combate à Corrupção	G4-SO3
	G4-EC6		G4-LA5		G4-SO4
Práticas de Compra	G4-EC9	Saúde e Segurança no Trabalho	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		G4-LA9	Avaliação de Fornecedores em Impactos na Sociedade	G4-SO9
Energia	G4-EN3	Treinamento e Educação	G4-LA10	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Impactos na Sociedade	G4-SO10
	G4-EN4		G4-LA11		
	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
	Água	G4-EN7	Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	G4-LA14	Comunicações de Marketing
G4-EN8			G4-LA15		
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	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 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		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 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	Emprego	Sociedade		
	G4-EC2			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	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	
G4-EN7	Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	G4-LA14	G4-PR5			
Água	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	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	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	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		Treinamento e Educação	G4-LA8	Conformidade
	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-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
	Água	G4-EN6	Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	G4-LA14	
		G4-EN7		G4-LA15	Comunicações de Marketing
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
Emissões	G4-EN14	Liberdade de Associação e Negociação Coletiva	G4-HR4		G4-FS2
	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 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 PERU						
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		G4-LA5		G4-SO5	
Práticas de Compra	G4-EC9	Saúde e Segurança no Trabalho	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		G4-LA9	Avaliação de Fornecedores em Impactos na Sociedade	G4-SO9	
Energia	G4-EN3	Treinamento e Educação	G4-LA10	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Impactos na Sociedade	G4-SO10	
	G4-EN4		G4-LA11		G4-SO11	
	Água	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
Biodiversidade	G4-EN7	Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	G4-LA14		G4-PR5	
	G4-EN8		G4-LA15	Comunicações de Marketing	G4-PR7	
	G4-EN11	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	G4-LA16	Privacidade do Cliente	G4-PR8	
	G4-EN12	Direitos Humanos		Conformidade	G4-PR9	
Emissões	G4-EN13	Investimentos	G4-HR2	Suplemento Setorial de Serviços Financeiros		
	G4-EN14	Não discriminação	G4-HR3	Impacto de produtos e serviços	G4-FS1	
	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	
	Efluentes e Resíduos	G4-EN19	Avaliação	G4-HR9		G4-FS6
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 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	Emprego	Sociedade	Comunidades Locais		
	G4-EC2					G4-LA1	G4-SO1
	G4-EC3				G4-LA2	G4-SO2	
	G4-EC4	G4-LA3	Combate à Corrupção	G4-SO3			
G4-EC5	G4-LA4	G4-SO4					
Presença no Mercado	G4-EC6	Relações Trabalhistas	G4-LA5	G4-SO5			
Práticas de Compra	G4-EC9	Saúde e Segurança no Trabalho	G4-LA6	Políticas Públicas	G4-SO6		
			G4-LA7	Concorrência Desleal	G4-SO7		
G4-LA8	Conformidade		G4-SO8				
G4-LA9	Avaliação de Fornecedores em Impactos na Sociedade		G4-SO9				
Materiais	G4-EN1	Treinamento e Educação	G4-LA10	Mecanismos de Queixas e Reclamações	G4-SO11		
	G4-EN2		G4-LA11				
Energia	G4-EN3	Diversidade e Igualdade de Oportunidades	G4-LA12	Responsabilidade pelo produto			
	G4-EN4		G4-LA13	Rotulagem de Produtos e Serviços	G4-PR4		
	G4-EN5	Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens	G4-LA14		G4-PR5		
	G4-EN6	Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	G4-LA15	Comunicações de Marketing	G4-PR7		
Água	G4-EN8	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	G4-LA16	Privacidade do Cliente	G4-PR8		
	G4-EN11		Direitos Humanos	Conformidade	G4-PR9		
Biodiversidade	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
	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		
G4-EN19			Avaliação de Fornecedores em Direitos Humanos	G4-HR10	Carteira de produto	G4-FS7	
G4-EN23	G4-HR11	G4-FS8					
Efluentes e Resíduos		G4-EN24	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	G4-HR12	Auditoria	G4-FS9	
	G4-EN26	G4-FS10					
Produtos e Serviços	G4-EN27			Gestão activa da propriedade	G4-FS11		
Conformidade	G4-EN29			Comunidades Locais	G4-FS13		
Transportes	G4-EN30				G4-FS14		
Geral	G4-EN31			Saúde e Segurança do Cliente	G4-FS15	Comunicações de Marketing	G4-FS16
Mecanismos de Queixas e reclamações Relativas a Impactos	G4-EN33						
	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	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	
			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	G4-SO11
	G4-EN4	Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens		G4-LA12		
	Água		G4-EN5	Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	G4-LA13	Responsabilidade pelo produto
		G4-EN6	G4-LA14		Rotulagem de Produtos e Serviços	G4-PR4
Biodiversidade	G4-EN7	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	G4-LA15	Comunicações de Marketing		G4-PR7
	G4-EN8		G4-LA16		Privacidade do Cliente	G4-PR8
	Emissões	G4-EN11	Direitos Humanos			Conformidade
		G4-EN12	Investimentos	G4-HR2	Suplemento Setorial de Serviços Financeiros	
Efluentes e Resíduos	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	
	Produtos e Serviços	G4-EN15	Trabalho Infantil		G4-HR5	G4-FS3
		G4-EN16	Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo		G4-HR6	G4-FS4
	Conformidade	G4-EN17	Práticas de Segurança		G4-HR7	G4-FS5
		G4-EN18	Avaliação	G4-HR9	G4-FS6	
	Transportes	G4-EN19	Avaliação de Fornecedores em Direitos Humanos	G4-HR10	Carteira de produto	G4-FS7
G4-EN23		G4-HR11		G4-FS8		
Geral		G4-EN24	Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas	G4-HR12		Auditoria
	G4-EN26	Gestão activa da propriedade		G4-FS10		
Avaliação Ambiente de Fornecedores	G4-EN27		Comunidades Locais	G4-FS11	G4-FS13	
	G4-EN29	G4-FS14				
Mecanismos de Queixas e reclamações Relativas a Impactos	G4-EN30	Saúde e Segurança do Cliente	Comunicações de Marketing	G4-FS15		
	G4-EN31			G4-FS16		
Avaliação Ambiente de Fornecedores	G4-EN32					
	G4-EN33					
Mecanismos de Queixas e reclamações Relativas a Impactos	G4-EN34					

+ (0,2,1) ↑ ↑

6.4. Tabela de relação de princípios do Pacto Mundial com indicadores GRI G4

ÁREAS	PRINCÍPIOS DO PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI G4
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 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 DESEMPENHO ECONÔMICO: G4-EC5
	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 Relações entre os trabalhadores e a diretoria: G4-LA4 Investimento: G4-HR1, G4-HR2 Liberdade de associação e negociação coletiva: G4-HR4
	4. Eliminar todas as formas de trabalho forçado ou realizado sob coação.	DESEMPENHO SOCIAL Investimento: G4-HR1, G4-HR2 Trabalhos forçados: 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
	6. Eliminar a discriminação em relação ao emprego e à ocupação.	DESEMPENHO SOCIAL Emprego: G4-LA1, G4-LA2 Diversidade e igualdade de oportunidades: G4-LA12 Investimento: HR1, G4-HR2 Não discriminação: G4-HR3

ÁREAS	PRINCÍPIOS DO PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI G4
Meio ambiente	7. Aplicar abordagens orientadas para o desafio da proteção do meio ambiente.	DESEMPENHO ECONÔMICO: G4-EC2 DESEMPENHO AMBIENTAL Emissões, descargas e resíduos: G4-EN19 Produtos e serviços: G4-EN27, G4-EN28 Geral: G4-EN31,
	8. Incentivar uma maior responsabilidade ambiental.	DESEMPENHO AMBIENTAL Materiais: G4-EN1, G4-EN2 Energia: G4-EN3 - G4-EN7 Água: G4-EN8 - G4-EN10 Biodiversidade: G4-EN11 - G4-EN14 Emissões: G4-EN15 - G4-EN21 Efluentes e resíduos: G4-EN22 - G4-EN24 Produtos e serviços: G4-EN27, G4-EN28 Cumprimento de normas: G4-EN29 Transporte: G4-EN30 Geral: G4-EN31 DESEMPENHO SOCIAL Rotulagem de produtos e serviços: G4-PR3, G4-PR4.
	9. Facilitar o desenvolvimento e a divulgação de meios tecnológicos que respeitam o meio ambiente	DESEMPENHO AMBIENTAL Materiais: G4-EN2 Energia: G4-EN5 - G4-EN7 Água: G4-EN10 Emissões, descargas e resíduos: G4-EN19 Produtos e serviços: G4-EN27, G4-EN28 Geral: G4-EN31
Anti-corrupção	10. Luta contra a corrupção em todas as suas formas, incluindo extorsão e suborno.	DESEMPENHO SOCIAL Luta contra a corrupção: G4-SO3 - G4-SO5 Comunidades locais: G4-SO2 - G4- G4-SO4 Política Pública: G4-SO5 - G4-SO6



6.5. Tabela de Princípios para a Sustentabilidade em Seguros (PSI)

PRINCÍPIOS PARA A SUSTENTABILIDADE EM SEGUROS	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME ANUAL DE RS DE MAPFRE 2016
<p>1. Integrar ao processo de tomada de decisões as questões ambientais, sociais e de governança (questões ASG) pertinentes à atividade de seguros.</p>	<p>Carta do Presidente</p> <p>A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa O modelo de criação de valor sustentável e a relação com os grupos de interesse Fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG) Medidas de prevenção e cumprimento Compromisso com o desenvolvimento sustentável: Plano de Sustentabilidade Compromissos com iniciativas internacionais Global Compact das Nações Unidas Iniciativa Financeira do programa ambiental das Nações Unidas (UNEPFI) Princípios para a Sustentabilidade em Seguros (PSI) Assinatura do compromisso “Paris Pledge for Action (COP21). Signatária dos programas do Carbon Disclosure Program; Water Disclosure e Carbon Action</p> <p>Dimensão Social da MAPFRE A MAPFRE e seus funcionários: política de emprego; diversidade; desenvolvimento profissional, flexibilidade e agilidade, e experiência do funcionário. A MAPFRE e seus clientes: inovação; canais de comunicação; qualidade; reclamações e queixas A MAPFRE e seus distribuidores: seleção e formação A MAPFRE e seus fornecedores: relação com fornecedores e sistemas de apoio, critérios de seleção e de relação; homologação; fidelização e avaliação da qualidade do serviço; formação A MAPFRE e seus acionistas: FTSE4good e FTSE4Good IBEX. A MAPFRE e a Sociedade: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e Direitos humanos</p> <p>Dimensão ambiental da MAPFRE: Compromisso da MAPFRE com o Meio Ambiente e a Sustentabilidade. Sistema Integrado de Gestão: SIGMAYE. Mudança Climática. Preservação da Biodiversidade.</p> <p>Informação complementar: Índice de conteúdos GRI G4</p>
<p>2. Colaborar com os clientes e sócios comerciais para conscientizá-los das questões ambientais, sociais e de governança, administrar o risco e desenvolver soluções</p>	<p>A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa Fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG)</p> <p>Dimensão Social da MAPFRE A MAPFRE e seus clientes: inovação; canais de comunicação; qualidade; A MAPFRE e seus distribuidores: seleção e formação A MAPFRE e seus fornecedores: relação com fornecedores e sistemas de apoio, critérios de seleção e de relação; homologação; fidelização e avaliação da qualidade do serviço; formação A MAPFRE e a Sociedade: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e Direitos humanos</p> <p>Dimensão ambiental da MAPFRE: Compromisso da MAPFRE com o Meio Ambiente e a Sustentabilidade. Objetivos Alcançados em 2016 e Desafios. Mudanças Climáticas: Iniciativas com Fornecedores, Produtos e Serviços.</p> <p>Informação complementar: Índice de conteúdos GRI G4</p>

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

A MAPFRE e a Responsabilidade Social Corporativa
 O modelo de criação de valor sustentável e a relação com os grupos de interesse
 Fatores e riscos ambientais, sociais e de governança (ASG)
 Medidas de prevenção e cumprimento
 Compromisso com o desenvolvimento sustentável:
 Plano de Sustentabilidade
 Compromissos com iniciativas internacionais
 Global Compact das Nações Unidas
 Iniciativa Financeira do programa ambiental das Nações Unidas (UNEPFI)
 Princípios para a Sustentabilidade em Seguros (PSI)
 Assinatura do compromisso "Paris Pledge for Action (COP21).
 Signatária dos programas do Carbon Disclosure Program; Water Disclosure e Carbon Action

Dimensão ambiental da MAPFRE:
 Compromisso da MAPFRE com o Meio Ambiente e a Sustentabilidade.
 Sistema Integrado de Gestão: SIGMAYE.
 Mudança Climática.
 Preservação da Biodiversidade.

Informação complementar: Índice de conteúdos GRI G4

4. Colaborar com os clientes e sócios comerciais para conscientizá-los das questões ambientais, sociais e de governança, administrar o risco e desenvolver soluções.

Relatório Anual de Responsabilidade Social da MAPFRE 2016
 Relatório Integrado 2016
www.mapfre.com



Design e layout:
Tau Diseño
www.taudesign.com

