

ESPECIAL ações  
contra a COVID-19

SUA SAÚDE,  
OS NEGÓCIOS E NOSSA  
REPUTAÇÃO A SALVOS

TODOS SÃO  
PROTAGONISTAS

TU FUNDACIÓN INVESTE  
35 MILHÕES DE EUROS  
PARA ALIVIAR OS EFEITOS  
DA PANDEMIA

# O MUNDO DA MAPFRE #107



# 12 COISAS QUE APRENDEMOS

Nenhum sistema de saúde no mundo estava adequadamente preparado para **enfrentar um surto dessa magnitude.**

Todos os países devem priorizar o desenvolvimento de sua capacidade de resposta médica.

## UM VÍRUS NÃO RESPEITA FRONTEIRAS.

PRECISAMOS DE UM BANCO DE DADOS UNIVERSAL E EM TEMPO REAL QUE POSSA **PREVER FUTUROS SURTOS VIRAIS.**

O CAMPO ESTÁ ALIMENTANDO AS CIDADES. **DEVEMOS RECONHECER O VALOR DA ÁREA RURAL**

Adoramos as transmissões por *streaming*.

O ACESSO À **BANDA LARGA** DEVE SER CONSIDERADO UM **SERVIÇO PÚBLICO.**

Os sistemas educacionais precisam ser modernizados para lidar com a **educação a distância em larga escala.**

As diferenças de classe são mais evidentes em situações difíceis.

Em tempos como este, todos precisamos sacrificar algo por um **bem maior.**

## DAR SINTA- SE BEM.

NEM PENSE EM TENTAR PASSAR A QUARENTENA ESCAPANDO DE CASA ENQUANTO **VOCÊ PÔE EM RISCO A SAÚDE DOS DEMAIS**

# “Vamos agir com prudência, mas sem medo”

## 177%

Esse é o índice de solvência da MAPFRE ao final do primeiro trimestre, onde o impacto do Covid-19 já estava começando a ser sentido em alguns mercados. Uma alta porcentagem que reflete muito bem a força e a capacidade de nossa empresa de enfrentar todos os tipos de cenários, incluindo uma pandemia dessa natureza

Estamos agora na fase de normalidade transitória em alguns mercados, porque o pior da pandemia, em termos de saúde, já está começando a passar, embora o vírus não esteja controlado. Essas palavras entre aspas foram o fechamento do discurso de Antonio Huertas na assembleia geral de acionistas, realizada no dia 13 de março. Uma reunião que, convocada muito antes da pandemia do COVID-19, foi realizada com medidas extraordinárias de segurança para proteger a saúde dos participantes.

Foi assim que começamos, na maioria dos países onde a MAPFRE está presente (alguns, como a Itália, já estavam realizando a quarentena), nossa experiência de colocar em prática planos de contingência em situações de emergência.

Por esse motivo, queremos dedicar esse número especial da revista *O mundo da MAPFRE* a todos vocês, para que nunca nos esqueçamos da extraordinária reação de responsabilidade e o desejo de continuar realizando nosso trabalho, para, acima de tudo, não deixar nossos clientes desamparados e, é claro, para preservar a saúde de todos nós.

Aqui você encontrará depoimentos de todos os diretores corporativos, CEOs territoriais, regionais, de algumas unidades e países, explicando como eles implementaram os planos de contingência.

E, embora já tivéssemos experiência em digitalização, foram muitas as descobertas que tiveram que ser enfrentadas para realizar o ‘home office’, para educar nossos filhos desde nossas casas, para consultar um médico on-line, assim que você também encontrará artigos sobre esses tópicos.

Bem-estar mental, finanças e sustentabilidade complementam esta revista que não poderia ter sido finalizada de outra maneira senão com uma ampla reportagem sobre as ações contra a Covid-19 que os 35 milhões de euros doados pela Fundación MAPFRE tornaram possíveis.

---

**QUEREMOS DEDICAR ESSE NÚMERO ESPECIAL DA REVISTA A TODOS VOCÊS,** PARA QUE NUNCA NOS ESQUEÇAMOS DA EXTRAORDINÁRIA REAÇÃO DE RESPONSABILIDADE E O DESEJO DE CONTINUAR REALIZANDO NOSSO TRABALHO, PARA, ACIMA DE TUDO, NÃO DEIXAR NOSSOS CLIENTES DESAMPARADOS E, É CLARO, PARA PRESERVAR A SAÚDE DE TODOS NÓS

---

## STAFF

Presidente do Conselho Editorial

**Ignacio Baeza**

Diretor

**Javier Fernández González**

Colaboraram nesta edição

**Sara Elena Torres Hortal, Daniel Badía,**

**Nuria del Olmo, Violeta Mateo,**

**Javier Ortega, Marina Calvo, Servicio do Serviço de Prevenção Mancomunado da MAPFRE na Espanha**

Edição

**Violeta Mateo Román**

Edição

**Direção de Comunicação da MAPFRE**

Design e layout

**Moonbook**

Distribuição

**Editorial MAPFRE, s.a.**

**Ctra. Pozuelo, 52**

**28222 Majadahonda, Madrid**

**Tel: 91 581 53 59**

**comunicacion@mapfre.com**

Impressão

**Gráficas Monterreina**

Depósito Legal

**M.1.017-**

ISSN

**1132-**

**AVALIE NOSSOS ARTIGOS EM**  
**[www.elmundodemapfre.com](http://www.elmundodemapfre.com)**

**ESPERAMOS SEUS COMENTÁRIOS**  
**EM NOSSA EDIÇÃO DIGITAL**



**MIXTO**  
**Papel procedente de**  
**fuentes responsables**  
**FSC® C014381**



## 06 NA CAPA

**Nossas prioridades: saúde, negócios e reputação.** Essa crise reforçou ainda mais nossos valores e mostrou uma equipe unida, porque na MAPFRE estamos mais unidos do que nunca.

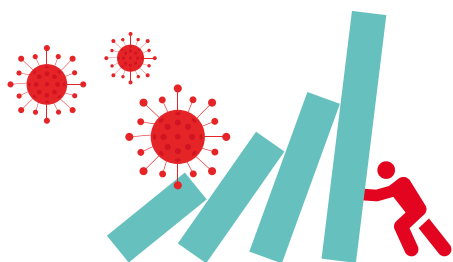
## 20 PROTAGONISTAS

**Solução global frente a uma crise mundial** Somos todos Protagonistas. Reflexões e palavras de ânimo para nos ajudar a superar esses tempos difíceis



STAY  
AT HOME38  
REDES

#NaMAPFREmaisUnidosDo  
**QueNunca** Também através dos  
nossos canais digitais!



## 42

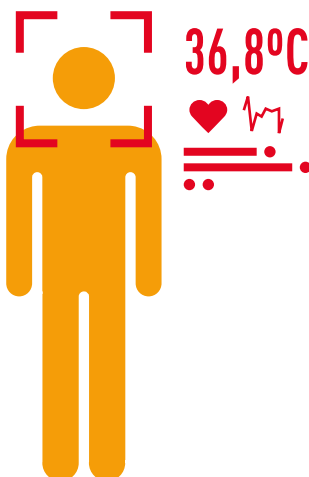
## MAPFRE HOJE

Os especialistas da MAPFRE  
investimentos e da MAPFRE  
economics analisam os  
efeitos da pandemia  
em termos econômicos.

## 46

## SUSTENTABILIDADE

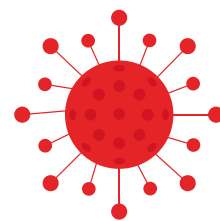
**Eventos com selo verde**  
Não esqueçamos a  
sustentabilidade e te contamos  
qual foi o primeiro evento  
sustentável da MAPFRE.

50  
CHAVES

**A tecnologia aliada à luta  
contra o coronavírus.** Soluções  
e esperança em um cenário de  
incerteza e confinamento

54  
BEM-ESTAR

**Bem-estar mental.** Quando  
a saúde emocional é mais  
importante do que nunca, a  
MAPFRE está aqui para te ajudar.

60  
TU FUNDACIÓN

**Ações durante  
a crise do COVID-19**

Não foi necessário acionar  
os alarmes: Tu Fundación já  
estava trabalhando para apoiar a  
sociedade..



**MAIS INFORMAÇÕES  
EM NOSSA  
EDIÇÃO DIGITAL**

#NaMAPFREmaisUnidosDoQueNunca

# NOSSAS PRIORIDADES: SAÚDE, NEGÓCIOS E REPUTAÇÃO





**Justo na véspera de ano novo, a China informou a Organização Mundial da Saúde (OMS) sobre uma série de graves problemas respiratórios detectados em 27 pessoas na província de Wuhan. Ninguém jamais imaginaria que um momento histórico estava começando, uma maré chamada COVID-19, que levou para todo o mundo doenças, medo, angústia, crise..., mas também uma imensa onda de solidariedade, generosidade, compromisso e esperança que segue presente em todos os cantos do nosso planeta.**

---

TEXTO **SARA ELENA TORRES HORTAL** | IMAGENS **ISTOCK, MAPFRE**

---

**Até o presente momento, o COVID-19 já infectou mais de 6 milhões de pessoas e matou outras 370.000 pessoas.**

Todos nós fomos aprendendo à medida que a crise de saúde avançava e tomamos consciência da necessidade de reagirmos juntos para enfrentar o vírus e superá-lo, para lutar contra ele. A maior parte de nós começou a ficar em casa, ao mesmo tempo em que continuamos trabalhando, cuidando de nossas famílias e seguindo nossa vida cotidiana.

E essa mesma responsabilidade e espírito de luta foram demonstrados pelas empresas.

Desde o primeiro momento, a MAPFRE tomou consciência do impacto que o COVID-19 poderia gerar e implementou rapidamente seus planos de contingência com o objetivo prioritário de cuidar da saúde dos funcionários, colaboradores e clientes.

Os planos começaram em nossos escritórios em Xangai, no Japão e nas Filipinas, depois na Itália, e seguiram, com as lições e experiências adquiridas, para a Espanha e, posteriormente, para os demais países. Estamos orgulhosos de como todos nós, funcionários da MAPFRE, em todo o mundo, demos um passo à frente para dar o melhor de nós mesmos

e colaborar para sair dessa situação o mais rápido possível com a nossa “arma” mais poderosa: nosso trabalho. Cada um, a partir da sua posição, está demonstrando o espírito que nos une e nos define.

A maior parte dos funcionários estão trabalhando desde suas casas, mas também há alguns que continuaram realizando seu trabalho presencialmente para seguir atendendo nossos clientes ante suas necessidades essenciais.

Essa crise reforçou ainda mais nossos valores e mostrou uma equipe unida, porque na MAPFRE estamos mais unidos do que nunca.

À medida que a crise de saúde avançava, a MAPFRE foi se adaptando e antecipando as necessidades de cada momento. Nossa empresa, sob o governo do Comitê Corporativo de Crises, presidido por Francisco Marco, mobilizou todos os seus recursos para cumprir um objetivo triplo: garantir nossa saúde, a continuidade dos negócios e proteger a marca MAPFRE e sua reputação.

Além disso, a empresa lançou um amplo pacote de medidas sociais através da Fundación MAPFRE, para atender às necessidades mais urgentes da sociedade.

## #NaMAPFREmaisUnidosDoQueNunca

**Elena Sanz, Diretora-Geral de Pessoas e Organização da MAPFRE,** nos conta como essa área corporativa tem vivido a crise de saúde: “em coordenação com os departamentos de recursos humanos de todo o mundo e com as demais áreas corporativas e, especialmente com a Direção Corporativa de Segurança, fomos definindo as necessidades de cada fase e estabelecendo procedimentos e protocolos tanto nos aspectos de saúde como nos de prevenção e trabalho.

Desde o início da pandemia, em cada um dos países, foram trabalhadas em paralelo várias medidas que foram rapidamente implementadas em todos os países:

A primeira delas foi a adoção do ‘home office’ e a diminuição da densidade de ocupação em todos os edifícios, com o objetivo de evitar contágios. Em poucos dias, a maior parte dos funcionários já estava trabalhando em casa. O desenvolvimento da iniciativa Desafio Digital e o trabalho realizado dentro dessa iniciativa, pelas áreas de tecnologia, permitiu que os funcionários pudessem trabalhar em ‘home office’. A implantação do uso de ferramentas colaborativas, como o Skype e o Teams, nos permitiu manter as atividades do dia a dia e nos manter informados, coordenados e conectados.

Paralelamente, e para reduzir o risco de transmissão, foram identificadas e tomadas medidas para os grupos mais vulneráveis, foram divulgadas informações sobre a doença e seus sintomas e implementadas medidas de profilaxia, além de outras medidas como a proibição de viagens. Os serviços médicos dos países acompanharam funcionários infectados ou sintomáticos de maneira contínua.

No campo das relações de trabalho, cada país estabeleceu um regime especial para permitir a conciliação no desenvolvimento da jornada de trabalho com as necessidades pessoais e familiares dos funcionários, tentando ser flexíveis em uma situação complicada para todos e contando com a responsabilidade individual de cada um dos funcionários na gestão de seu próprio trabalho. Por outro lado, e de acordo com a capacidade de cada equipe, os funcionários se apoiaram entre si desempenhando funções de outros departamentos que se sobrecarregam mais nessas circunstâncias.



Durante esses dias,  
tivemos aprendizados  
muito diversos,  
lições que sempre  
nos acompanharão e  
que nos permitirão  
traçar novos planos,  
ações e projetos para  
continuar crescendo  
e fortalecendo nossa  
empresa. Elena Sanz,  
Diretora-geral de  
Pessoas e Organização  
da MAPFRE





Desde o primeiro momento foi incentivada a formação em novas ferramentas colaborativas. Aprendemos a trabalhar remotamente, com conselhos que nos permitiram melhorar reuniões e nossa comunicação com os colegas. Também foram fornecidas dicas sobre como realizar o ‘home office’. Essas ações nos ajudaram a gerenciar uma mudança que, infelizmente, não pôde ter um período de teste.

Ademais, ações de apoio aos funcionários e suas famílias, com aconselhamento psicológico, puderam ser acessadas por mais de 80% dos funcionários em todo o mundo; além da promoção de atividades sociais e familiares em cada um dos países.

Desde o início, quisemos que você ficasse informado de tudo: ações, medidas, recomendações... e para isso utilizamos nosso canal global, a Intranet da MAPFRE, com notícias diárias, tanto globais quanto locais, o espaço AskMAPFRE e o aplicativo Pessoas MAPFRE, disponível na Espanha, no Brasil, no México e na Turquia.

Os voluntários da MAPFRE em todo o mundo levaram esperança e conforto às pessoas mais vulneráveis. Por meio de ações virtuais, eles se concentraram principalmente em idosos, crianças e jovens em risco de exclusão social, crianças em hospitais e pessoas com deficiência.

**CADA PAÍS ESTABELECEU UM REGIME ESPECIAL PARA PERMITIR A CONCILIAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DA JORNADA DE TRABALHO COM AS NECESSIDADES PESSOAIS E FAMILIARES DOS FUNCIONÁRIOS, TENTANDO SER FLEXÍVEIS EM UMA SITUAÇÃO COMPLICADA PARA TODOS.**

**AGORA TEMOS QUE ENFRENTAR UMA NOVA FASE EM CADA UM DOS PAÍSES, POIS, ASSIM QUE POSSAMOS VOLTAR, VOLTAREMOS COM PRUDÊNCIA E OTIMISMO, SEM ESQUECER OS TRÊS OBJETIVOS QUE MARCARAM O NOSSO CAMINHO: A SAÚDE, OS NEGÓCIOS E A NOSSA MARCA**

Sem dúvida, durante esses dias, tivemos aprendizados muito diversos, lições que sempre nos acompanharão e que nos permitirão traçar novos planos, ações e projetos para continuar crescendo e fortalecendo nossa empresa. Todos nós tivemos que nos adaptar às novas circunstâncias e ser flexíveis, para atender ao que é prioritário em cada momento e que faz com que todo o resto fique em segundo lugar. Essa empresa e todos que fazem parte dela responderam da melhor maneira possível, com força, união e com a melhor atitude, em busca do objetivo comum de tornar todos melhores e mais fortes.

Agora temos que enfrentar uma nova fase em cada um dos países, pois, assim que possamos voltar, voltaremos com prudência e otimismo, sem esquecer os três objetivos que marcaram o nosso caminho: a saúde, os negócios e a nossa marca.”



## #NaMAPFREmaisUnidosDoQueNunca

**Guillermo Llorente Ballesteros, diretor corporativo de Segurança,** explica como viveram esse momento em sua área: “a MAPFRE está plenamente consciente de que é em situações de crise que seus clientes mais precisam dela, e é também quando ela mais precisa demonstrar que é digna de sua confiança. Por esse motivo, a Área Corporativa de Segurança passou muitos anos dedicando recursos humanos e econômicos significativos para definir, implementar e atualizar os Planos de Gerenciamento de Crises e Continuidade de Negócios (PCN) em todas as suas entidades, que permitiram garantir o atendimento aos clientes independentemente dos eventos catastróficos que pudessem acontecer.

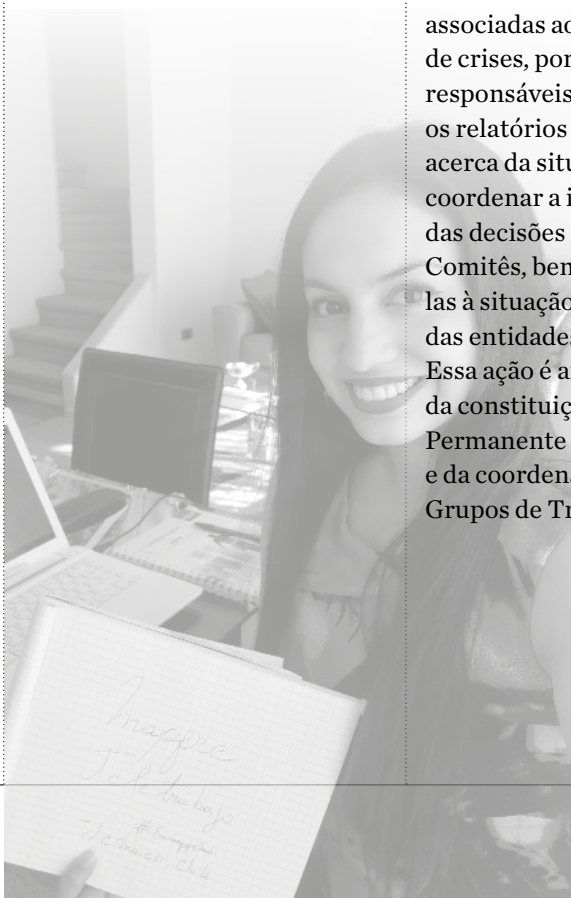
A eficácia desses planos foi demonstrada em diversas ocasiões no passado em entidades do Grupo, como nos EUA, Brasil, Chile, Equador, Colômbia e Espanha, respondendo a eventos climáticos extremos, explosões sociais ou cortes nos suprimentos básicos, alcançando, em todos os casos, o objetivo de manter o serviço prestado aos clientes.

MAPFRE ESTÁ PLENAMENTE CONSCIENTE DE QUE É EM SITUAÇÕES DE CRISE QUE SEUS CLIENTES MAIS PRECISAM DELA, E É TAMBÉM QUANDO ELA MAIS PRECISA DEMONSTRAR QUE É DIGNA DE SUA CONFIANÇA

EM TEMPO QUASE RECORDE, TODAS AS ENTIDADES DO GRUPO NO MUNDO IMPLEMENTARAM AS MEDIDAS DEFINIDAS NESSES PLANOS E PRATICAMENTE TODOS OS NOSSOS FUNCIONÁRIOS E MEDIADORES (MAIS DE 40.000 PESSOAS) ESTÃO SENDO CAPAZES DE TRABALHAR REMOTAMENTE EM SUAS CASAS

Para conseguir um gerenciamento ágil e eficaz nesse tipo de situações, o governo da empresa define o Comitê de Crises e Continuidade dos Negócios Corporativos como o órgão encarregado de assumir a liderança e o controle do gerenciamento global de crises, refletindo localmente nos Comitês de Crise e Comitês de Negócios das entidades do Grupo, responsáveis pela gestão em seu âmbito de atuação.

Igualmente estabelece que a Diretoria de Segurança e seus correspondentes em cada país, como o corpo de trabalho desses Comitês de Crise e o encarregado de coordenar as atuações associadas ao gerenciamento de crises, por exemplo, sejam responsáveis por fornecer os relatórios periódicos acerca da situação, apoiar e coordenar a implementação das decisões adotadas por esses Comitês, bem como adaptá-las à situação em cada uma das entidades da MAPFRE. Essa ação é articulada através da constituição de um Grupo Permanente de Monitoramento e da coordenação dos diferentes Grupos de Trabalho criados





Apesar de a pandemia do COVID-19 ter excedido todos os cenários previstos, os planos de contingência de negócios existentes forneceram uma base sólida para articular a estratégia de resposta a esta crise.

Apesar de a pandemia do COVID-19 ter excedido todos os cenários previstos, os planos de contingência de negócios existentes forneceram uma base sólida para articular a estratégia de resposta a esta crise, com dois objetivos fundamentais:

- O primeiro, e prioritário, é preservar a saúde dos funcionários, clientes, fornecedores e outros grupos de interesse em todo o mundo
- Uma vez atingido o objetivo anterior, o segundo objetivo é sermos capazes de garantir a prestação de serviços aos nossos clientes

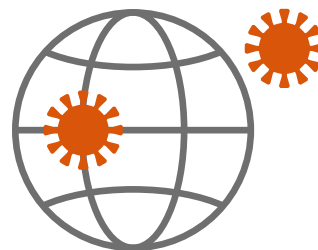
A preparação prévia da MAPFRE permitiu sua rápida adaptação às características dessa crise e a manutenção dos serviços sem interrupções, possibilitando que, em menos de uma semana, entidades como a da Itália e da Espanha pudessem realizar quase 100% de seu trabalho em ‘home office’. Duas semanas depois, praticamente todos os funcionários do Grupo em todo o mundo já estavam trabalhando desde suas casas.

A implementação dessa estratégia foi articulada através de um conjunto de medidas definidas globalmente, que foram se adaptando dinamicamente à evolução da crise em diferentes geografias, sendo alguns dos elementos fundamentais o reforço das capacidades de ‘home office’,

por meio dos portais de contingência, a extensão das capacidades de acesso remoto existentes, e o fornecimento de sistemas de telefonia para os Contact Centers, também remotamente.

Em tempo quase recorde, todas as entidades do Grupo no mundo implementaram as medidas definidas nesses planos e praticamente todos os nossos funcionários e mediadores (mais de 40.000 pessoas) estão sendo capazes de trabalhar remotamente em suas casas, o que permitiu que os dois objetivos estabelecidos fossem cumpridos: conseguir preservar a saúde das pessoas e, ao mesmo tempo, manter as operações de nossos clientes.”

Além de proteger a saúde de nossos funcionários e colaboradores nessas circunstâncias excepcionais, a MAPFRE continuou suas operações em todo o mundo, dando aos clientes a atenção que eles precisam e esperam de nós.



## #NaMAPFREmaisUnidosDoQueNunca



A estratégia de  
globalização e  
transformação  
tecnológica adotada  
nos últimos anos  
vem ajudando a  
MAPFRE a possuir  
as capacidades,  
modelos operacionais  
e governança que nos  
permitiram reagir e  
administrar essa crise  
com rapidez, agilidade  
e coordenação.

**Felipe Nascimento, diretor corporativo de Tecnologia e Processos**, explica a seguir as ações da MAPFRE sob uma perspectiva tecnológica: “a estratégia de resposta a essa pandemia (colocar a maior parte dos nossos funcionários em ‘home office’), decidida pelo Comitê de Crises e CN Corporativo, foi um tremendo desafio para a Área Corporativa de Tecnologia e Processos (ACTP), porque, por mais testes de PCN que tenhamos feito, é preciso reconhecer que nunca tínhamos simulado o de uma pandemia global como esta.

A estratégia de globalização e transformação tecnológica adotada nos últimos anos vem ajudando a MAPFRE a possuir as capacidades, modelos operacionais e governança que nos permitiram reagir e administrar essa crise com rapidez, agilidade e coordenação, não apenas com as regiões e países, mas com outras áreas corporativas e até com os principais provedores de TI.

No início dessa crise, todos nós que participamos de sua gestão estávamos cientes do objetivo a ser alcançado – garantir a continuidade dos negócios em todo o mundo – e o cenário esperado, onde os funcionários, as redes comerciais e os fornecedores deveriam poder trabalhar em condições semelhantes às que costumam ter em seus escritórios.

Tomando como base o plano de continuidade de negócios e coordenados pelos comitês de crise de cada país, foram identificados âmbitos de atuação prioritários, que foram replicados na maioria dos países e unidades de negócios.

A consecução dos objetivos pretendidos exigiu uma ação paralela e coordenada entre os diferentes grupos de trabalho da área de tecnologia, especialmente os de infraestruturas.

Por sua vez, nessas situações de crise, os PCNs das áreas de tecnologia têm uma missão dupla:

- Garantir seu próprio funcionamento interno, adaptando-o às circunstâncias, pois também sofreremos as consequências dessa pandemia e, antes de tudo, devemos proteger nosso principal ativo: nossos funcionários e colaboradores
- Fazer um esforço extra para se adaptar à realidade atual, garantindo a manutenção de tecnologias que suportam os processos de negócios à nível global

A implantação da estratégia decidida nos Comitês de Crise e CN, através do ‘home office’ para a maioria de nossos funcionários e mediadores em todo o mundo, foi realizada em períodos extremamente curtos, a fim de obter a resposta



oportuna que essa crise exigia, assim:

- Na Espanha, em praticamente uma semana, a maior parte dos nossos funcionários já estava atuando em 'home office'.
- Todas as demais entidades tinham mais de 90% de seus colaboradores em 'home office' duas semanas depois.

Isso colocou uma pressão enorme em nossa infraestrutura de comunicações e, em geral, em toda a infraestrutura de serviços tecnológicos fornecida pelo ACTP, o que exigiu uma multiplicidade de ações, para possibilitar a manutenção do serviço nessas novas condições de uso, entre elas:

- Os acessos à internet nos CPDs corporativos foram reforçados (300% em Alcalá e 100% no Espacio MAPFRE) para garantir o tráfego de comunicações recebidas e enviadas. Também foi possibilitado o encaminhamento automático de chamadas direcionadas ao número corporativo para o número de telefone indicado pelo funcionário.
- Nos Contact Centers, onde o mais importante é manter-se operacional, foram implantadas soluções que permitem o desvio de chamadas de clientes, bem como o acesso aos aplicativos,

que precisaram se integrar a novas peças de tecnologia instaladas no local de trabalho, para que os operadores pudessem trabalhar desde suas casas. Essas soluções estão disponíveis para mais de 5.400 pessoas.

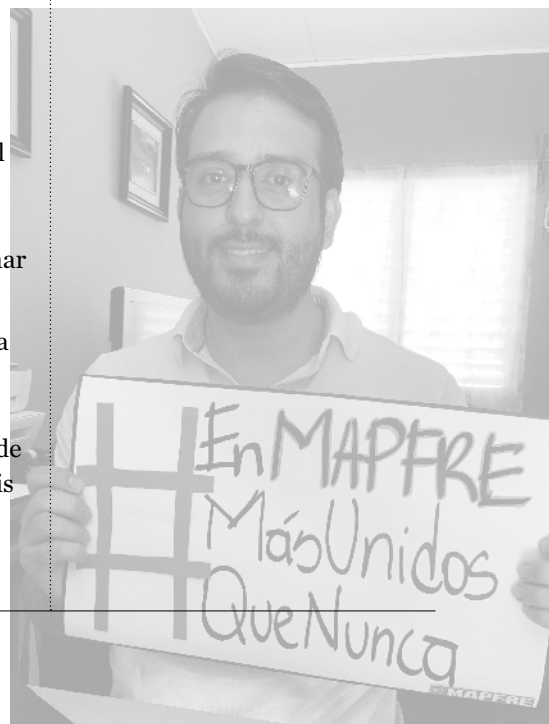
- Os servidores e licenças dedicados ao acesso remoto por VPN foram aumentados e o acesso aos computadores do escritório de forma remota (RDP) foi ativado, tudo isso trabalhando em conjunto com a DCS. Também foi ampliada a infraestrutura de virtualização dos postos de trabalho (VDI).
- Foram configurados e distribuídos 1.700 notebooks, mais de 250 telefones celulares e dezenas de novas conexões com a internet.
- Foram reforçadas as equipes de atendimento ao usuário para incrementar a capacidade de atender à nova demanda.

Essas ações, juntamente com muitas outras realizadas por várias áreas em todos os âmbitos (corporativo, regional e nacional), permitiram que mais de 40.000 funcionários e mediadores pudessem trabalhar desde suas casas.

Além disso, a tudo isso se soma o fato de que a modalidade de trabalho à distância levou ao uso intensivo de ferramentas de colaboração e fez com que mais de 27.000 usuários usassem a ferramenta corporativa para

mensagens instantâneas e videoconferência (Skype), cuja operação foi reforçada pois se tornou um elemento básico do dia a dia de muitos de nós. Ao mesmo tempo, apoiados pela iniciativa estratégica Desafio Digital, estamos acelerando a implantação da ferramenta de colaboração Teams para um número significativo de usuários.

Como conclusão de tudo isso, podemos dizer que a estratégia tecnológica da MAPFRE está correta, principalmente no que se refere aos modelos de gestão e operação, que mais uma vez se mostraram robustos, permitindo-nos reagir em tempo hábil às necessidades de nossos clientes."



## #NaMAPFREmaisUnidosDoQueNunca



Buscamos um equilíbrio adequado entre o cumprimento de nossas obrigações para com os clientes, o papel que nos corresponde à serviço da sociedade e um princípio de máxima prudência em um cenário no qual ainda não conhecemos as verdadeiras consequências econômicas.

Desde a **Área Corporativa de Negócios e Clientes**, seu diretor-geral, **José Manuel Corral Vazquez**, explica:

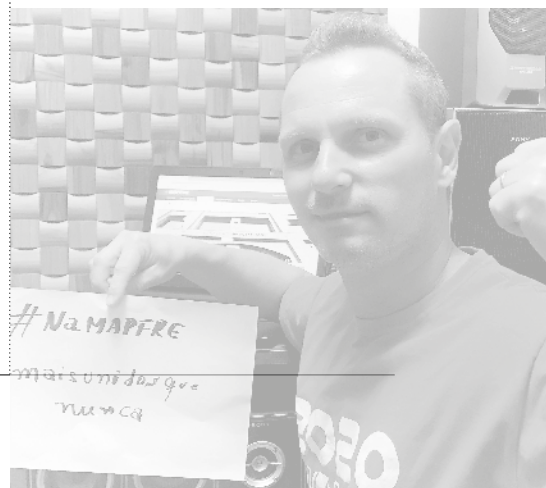
“trabalhamos em questões relacionadas às atividades de subscrição e no gerenciamento de nosso relacionamento com clientes e mediadores. Do ponto de vista da subscrição, como uma atividade crítica de nossa gestão seguradora, foi emitido um documento, validado pelo Comitê de Política de Subscrição do Grupo MAPFRE e aprovado pelo Comitê Executivo, que tem por objetivo coletar uma série de princípios básicos de atuação para as circunstâncias atuais, bem como recomendações de atenção obrigatória por parte das diferentes operações, desde uma perspectiva tanto asseguradora como reaseguradora. Em todos os casos, buscamos um equilíbrio adequado entre o cumprimento de nossas obrigações para com os clientes, o papel que nos corresponde à serviço da sociedade e um princípio de máxima prudência em um cenário no qual ainda não conhecemos as verdadeiras consequências econômicas.

Em colaboração com as diferentes regiões foram elaborados dois documentos que contém as diferentes medidas que estão sendo adotadas por diferentes filiais em relação aos clientes e mediadores,

respectivamente. Dessa forma, à nível do Grupo, garantimos a disseminação correta de todas as ações postas a serviço dos diferentes mercados em que operamos, para que possamos aproveitar da melhor maneira possível o intercâmbio de melhores práticas.

Do ponto de vista das ações vigentes com os clientes, uma ampla gama de medidas foi adotada, visando principalmente facilitar a atenção às obrigações de pagamento, a anulação de certos valores de prêmios e a expansão de serviços gratuitos vinculados à cobertura de situações específicas derivadas do cenário de confinamento.

Em relação aos nossos mediadores, principalmente os de caráter exclusivo, como resposta inequívoca à sua lealdade à MAPFRE, estão sendo reforçadas medidas relacionadas ao adiantamento de comissões, auxílios destinados a despesas gerais, melhorias nos planos de subsídios e incentivos e, assim como no caso dos clientes, a ampliação de serviços gratuitos.”



## #NaMAPFREmaisUnidosDoQueNunca

**Desde a Área Corporativa de Investimentos, tentamos colocar o foco da gestão de crises em quatro linhas de trabalho, conforme nos conta José Luis Jiménez Guajardo-Fajardo, seu diretor-geral:**

- Tentar entender o impacto nos mercados financeiros e sua possível evolução.
- O impacto nas carteiras que gerenciamos.
- O bem-estar da equipe.
- A manutenção das operações durante a crise.

Para tudo isso, foram formados diferentes Comitês de Monitoramento, alguns de caráter diário e outros semanais, sempre contando com a ajuda inestimável de outras áreas corporativas. Embora seja verdade que os planos de contingência estão na ordem do dia das Entidades de Serviços de Investimento, dados os múltiplos eventos que tivemos que enfrentar nas últimas décadas (crises financeiras, ataques terroristas, etc.), não há nada comparável à situação atual. Portanto, o mais notável é o forte comprometimento de todas as equipes de investimentos da MAPFRE.

Durante essas semanas, pudemos intermediar mais de 1,5 bilhões de euros em um mercado pouco líquido e reparti-lo em mais de 800 transações, tanto em renda fixa, renda variável, câmbio

ou derivados. Provavelmente, o mais difícil é fazê-lo remotamente e isoladamente, levando em consideração que as grandes mesas de “front” que temos na MAPFRE ASSET MANAGEMENT permitem que muitas pessoas possam trabalhar on-line e fiquem o dia inteiro trocando informações e discutindo estratégias. Para dar um exemplo, toda vez que uma grande empresa decide lançar uma emissão de dívida, dificilmente há tempo para revisar todas as informações e fazer uma solicitação de investimento, mesmo conhecendo bem a entidade. O fato de ter participado de mais de 50 emissões nos últimos dias é uma grande conquista para a equipe e uma pequena vantagem para a rentabilidade das carteiras. E, finalmente, vem a difícil parte da avaliação, o “middle office” e o gerenciamento de riscos em um mercado totalmente deslocado.

Toda crise é uma mudança de um modelo ou paradigma para um novo. Dessa vez não vai ser diferente e isso representa uma oportunidade para qualquer investidor. Evitar os riscos de liquidez ou de crédito e aproveitar os investimentos que irão surgindo serão, sem dúvida, os grandes desafios que teremos de enfrentar nos próximos trimestres. *Audentes fortuna iuvat*, escreveu Virgílio na Eneida, embora em uma crise nunca seja demais adicionar a palavra *prudencia*.”



Toda crise é uma  
mudança de um  
modelo ou paradigma  
para um novo.  
Dessa vez não vai  
ser diferente e isso  
representa uma  
oportunidade para  
qualquer investidor

## #NaMAPFREmaisUnidosDoQueNunca



A pandemia é global,  
as necessidades dos  
clientes são muito  
semelhantes, mas a  
resposta da MAPFRE  
é absolutamente  
individual e  
personalizada.



“A excelência no serviço é possivelmente o elemento diferenciador mais bem percebido pelos clientes da MAPFRE”. Assim começa **José Antonio Arias Bermúdez, diretor corporativo de Operações**, em seu relato sobre como estão vivendo essa situação na sua área de atuação. Essa realidade é evidente nas análises de probabilidade de recomendação (NPSR) que são realizadas constantemente nos principais momentos-chave do ciclo de negócios. Assim sabemos que as taxas de NPSR de clientes que tiveram algum sinistro ou receberam alguma assistência são mais altas do que a daqueles que não passaram por esse processo.

Em circunstâncias extraordinárias, como as que estamos enfrentando no momento, essa excelência operacional nos serviços é ainda mais crítica. Os clientes devem saber que, quando o distanciamento físico é maior, a MAPFRE se faz ainda mais próxima deles. Esta é, sem dúvida, a visão a qual toda empresa que presta serviços aspira, mas como a realidade está se mostrando? Temos motivos para estar satisfeitos? A resposta é sim, porque é isso que nossos clientes estão nos dizendo.

Passadas algumas semanas de gestão, vemos que os indicadores de operação,

percepção e avaliação dos clientes mostram até melhorias em relação aos níveis usuais do dia a dia. Aspectos importantes, como o tempo de resposta ou a resolução imediata nos Contact Centers, bem como a aplicação de múltiplas medidas de apoio que a MAPFRE pôs à disposição dos diferentes grupos de segurados, mostram uma percepção muito positiva. Tudo em geral mostra que o que fazemos em situações habituais é totalmente sustentável em um ambiente de crise como esse.

A pandemia é global, as necessidades dos clientes são muito semelhantes, mas a resposta da MAPFRE é absolutamente individual e personalizada. Para atingir esse nível em muitos países, é necessário contar com três pilares fundamentais:

- Alta capacidade de digitalização
- Ter processos robustos que geram valor para o cliente e que são o resultado de ouvir a sua voz, a voz do cliente
- Enorme comprometimento das equipes operacionais.

Cada um desses pilares é uma condição necessária, mas por si só insuficiente se não for possível combiná-las adequadamente.

A MAPFRE antecipou as medidas de controle e restrição de movimento que foram impostas pelas autoridades de



quase todos os países em que operamos. A verdade é que não existem empresas que não possuam planos de ação ou contingência, o que vemos é que a diferença, mais uma vez, se estabelece na execução e, nesse aspecto, os departamentos de Tecnologia e Segurança acertaram completamente. Desde que a decisão foi tomada, nossas equipes operacionais passaram a desempenhar suas funções em ‘home office’ e o fizeram de maneira ordenada, sem interrupções nos processos de serviço:

- Em poucos dias, praticamente 100% das operações que poderiam ser realizadas remotamente já estavam sendo realizadas dessa maneira, uma decisão que também foi percebida internamente como um sinal claro de comprometimento com os cuidados de saúde de todos nós que fazemos parte da MAPFRE e de nossas famílias.
- A redistribuição de cargas entre diferentes centros de operações foi realizada com sucesso; os centros de serviços compartilhados permitiram manter serviços virtuais para diferentes negócios
- Aumentou o número de verificações e perícias de danos à distância, com base em imagens e vídeos
- A abordagem adotada em nossas iniciativas de transformação digital para contar com pessoas capazes

de executar mais de uma função (*multiskill*) nos permitiu reorganizar os recursos nos processos que são mais demandados pelos clientes. Assim, atendemos o aumento de contatos nas áreas de cobranças, mudanças nas formas de pagamento, consultas gerais e apólices de saúde, às quais dedicamos recursos que viram diminuir as tarefas necessárias em sinistros de automóveis ou assistência na estrada.

- Se nos últimos anos foi possível dar um grande salto na automatização de transações usando o sistema de Robotic Process Automation (RPA), neste momento, podemos dizer que esse sistema tem sido um aliado perfeito para preservar o tempo de atenção e de resposta habituais nos 18 países onde nossos negócios se beneficiam dessas soluções, dedicando o pessoal de operações a atender os contatos que geram mais valor para o cliente: estamos mais próximos.

As medidas de ação no âmbito operacional também chegaram ao âmbito dos prestadores de serviços, equipes de profissionais que mantêm contato e se relacionam com o cliente no momento da verdade, na atenção do sinistro ou da assistência. Foram implementadas medidas para fornecer recomendações e diretrizes para uma atuação mais segura, mas também outras tão importantes quanto

abrir o acesso a adiantamentos financeiros sobre trabalhos futuros. Dessa maneira, contribui para a estabilidade desse grupo, formado por autônomos e PMEs que atuam em campos tão diversos, como escritórios, serviços de guindastes, reparadores domésticos em suas diferentes facetas profissionais – pedreiros, eletricitas, encanadores – e outros profissionais médicos, clínicos, laboratórios, etc. Na MAPFRE, a dimensão social do seguro é evidente para todos os grupos, clientes, distribuidores e, neste caso, fornecedores, com planos de aplicação imediata para garantir a continuidade da atividade e a prestação de serviços sem riscos para os colaboradores.

Com todo esse apoio, a bateria de ações e vantagens desenvolvidas para os clientes também inclui aspectos muito interessantes, como a atenção prioritária àqueles que fazem parte de grupos de risco ou trabalham em serviços de saúde, sociais ou forças de segurança (Brasil); o reforço das capacidades que possuímos no campo da medicina digital (Espanha) e telemedicina (Colômbia) e o delivery de medicamentos para que nossos segurados possam ficar em casa (México).

## #NaMAPFREmaisUnidosDoQueNunca

Desde a **Área Corporativa de Relações Externas e Comunicação**, sua **diretora-geral, Eva Piera**, informa: “se em tempos normais a comunicação é uma função imprescindível em qualquer empresa, neste período excepcional de crise ela se tornou absolutamente estratégica. Por isso, uma de nossas prioridades tem sido a comunicação contínua, honesta e transparente de nossas medidas e iniciativas a nossos funcionários, clientes e à sociedade em geral.

Nesse sentido, nós da Área Corporativa de Relações Externas e Comunicação da MAPFRE quisemos em todos os momentos comunicar, explicar e valorizar as respostas dadas pela MAPFRE e pela Fundación MAPFRE para contribuir com o combate ao coronavírus e aliviar seus efeitos econômicos e sociais. Com isso, desejamos transmitir confiança, união e empatia com funcionários, colaboradores, clientes e com a sociedade, e a melhor maneira de expressar isso foi com o lema **#NaMAPFREmaisUnidosDoQueNunca**. Em suma, através da comunicação, queremos valorizar nosso profundo senso de responsabilidade corporativa

como um dos pilares da nossa reputação.

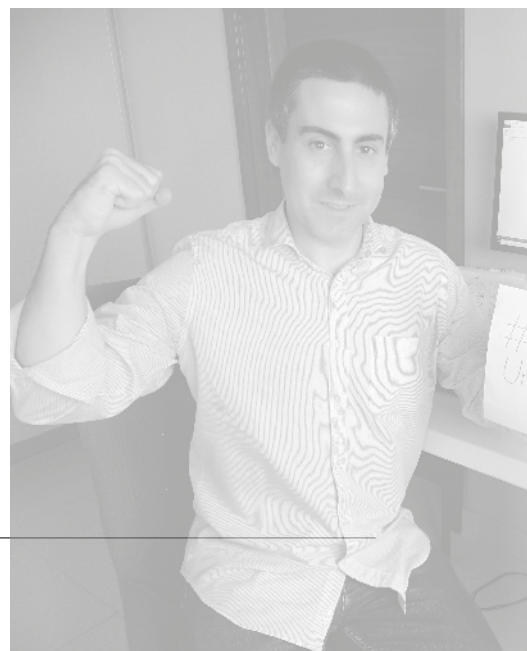
No âmbito da Comunicação Externa, aproveitamos todos os recursos que nosso novo site ([www.mapfre.com](http://www.mapfre.com)) põe à nossa disposição, para manter nosso público informado sobre todas as ações que a empresa está tomando. Também publicamos uma infinidade de conteúdos de interesse relacionados à pandemia e começamos a publicar uma newsletter financeira semanal que inclui as opiniões de especialistas da MAPFRE sobre o impacto do vírus na economia e nos mercados.

Nas redes sociais, lançamos uma série de campanhas de interação com nossos seguidores, que tiveram uma grande repercussão. Uma delas foi a campanha ‘Aplaudimos’, que convida o usuário a escolher para qual grupo ele quer dedicar seus aplausos. Também promovemos mensagens institucionais através dos perfis do presidente do Grupo, que divulgou vídeos semanais com mensagens otimistas sobre a superação do vírus.

No campo da comunicação interna, trabalhamos, em conjunto com a Área Corporativa de Pessoas e Organização, com o objetivo de manter os funcionários e colaboradores da MAPFRE



Através da  
comunicação,  
queremos valorizar  
nosso profundo senso  
de responsabilidade  
corporativa como um  
dos pilares da nossa  
reputação.

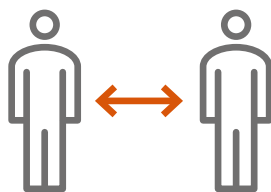


informados em um momento de enorme incerteza; e de reforçar a motivação e o sentimento de pertencimento dos funcionários e seu orgulho ante a resposta do Grupo a esse desafio global. Nesse sentido, realizamos reuniões virtuais com o Presidente e a diretora-geral de Pessoas e Organização, respondendo perguntas dos funcionários, e compartilhamos um vídeo dos funcionários de todo o mundo, destacando os mais de 30.000 empregados que estão trabalhando desde suas casas em todos os países em que a MAPFRE atua.

Da mesma forma, fortaleceu-se a coordenação de comunicação em todos os países em que estamos presentes, acompanhando a implementação das diferentes etapas dessa crise de saúde em cada país, buscando o alinhamento com as mensagens corporativas e fornecendo aos países materiais e vídeos para suas campanhas de mídia social. Pudemos ver na intranet os testemunhos que muitos países nos enviaram, bem como todas as ações desenvolvidas localmente graças à ajuda da Fundación MAPFRE.

É relativamente fácil lançar mensagens de compromisso e solidariedade quando as coisas funcionam. O difícil é estar à altura quando algo sair mal.

Muitos de nós não esquecerão o esforço que nossa empresa fez por nós e pela sociedade durante esses meses, e sabemos que isso também foi possível graças ao comprometimento e à resposta individual de cada um de nós. Não somos só mais uma empresa. Nós somos a MAPFRE. E fizemos todo o possível para que a comunicação refletisse todos esses valores.



## VIVER APÓS O COVID-19

O futuro não para e estamos construindo agora a nova realidade em que iremos viver. É hora de trabalhar duro e nos preparar para o nosso retorno, que certamente ocorrerá muito em breve. Quando voltarmos, valorizaremos as memórias e as experiências compartilhadas mais do que nunca. Voltaremos mais fortes!

Devemos continuar unidos, destacando o melhor de cada um de nós, para continuar criando valor, apesar das circunstâncias. **#NaMAPFREmais UnidosDoQueNunca** superaremos essa crise assim como superamos outras no passado.

**OBRIGADO A TODOS POR SEU ENORME TRABALHO E COMPROMIMENTO!**  
**NÓS SOMOS A MAPFRE!**



# DIANTE DE UMA CRISE GLOBAL, SOLUÇÕES GLOBAIS



## Nossos PROTAGONISTAS desta edição especial de *O mundo da MAPFRE* contra o coronavírus não poderiam ser outros senão os 40.000 funcionários que ganham voz através dos CEOs das diferentes áreas territoriais, regionais e das unidades, bem como dos países *core*.

TEXTO REDACCIÓN EL MUNDO DE MAPFRE | IMAGENS MAPFRE

Desde que a pandemia começou nos primeiros dias de março, os comitês de contingência começaram a funcionar, a dar instruções, a mobilizar-se... tudo com o objetivo prioritário de salvar a saúde dos funcionários e dos colaboradores, sem deixar de cumprir a missão da grande seguradora que somos: cobrir as necessidades de nossos clientes em um momento de grande vulnerabilidade.

“A luta contra essa pandemia é o maior desafio que tivemos que enfrentar como sociedade em muito tempo, um desafio que exige respostas de todos” (**José Manuel Inchausti**, CEO da Área Territorial IBERIA)

“Éramos felizes e não sabíamos. Vivemos alheios a uma realidade que começou na China em dezembro de 2019 e a vimos se espalhar por países da Europa, como a Itália, mas pensando que ela não nos atingiria com a mesma força. No entanto, ela não só chegou à Espanha como atravessou fronteiras, alcançou a América Latina e se tornou uma pandemia global. De repente, aprendemos o que era um coronavírus, o que era COVID-19, começamos a ficar alarmados com o número de infectados e ainda mais com o número de mortos. Vimos como as práticas de confinamento, o fechamento de fronteiras, a restrição nos movimentos e a paralisação da atividade econômica caíram como dominós em todos os países do continente e nos encontramos em uma nova situação pessoal, social, econômica e comercial à qual tivemos que nos adaptar.” (**Aristóbulo Bausela**, CEO da Área Territorial América Latina).

Esse desafio está sendo alcançado de maneira satisfatória, às vezes indo além do esperado, como destacam alguns dos nossos protagonistas. Clientes que foram mais profundamente afetados pela crise, como os autônomos e as pequenas e médias empresas (PMEs), puderam contar com medidas extraordinárias de ajuda. Sem mencionar a ajuda prestada pela Fundación MAPFRE.

A digitalização que possibilitou que a grande maioria dos funcionários trabalhasse de casa desde os primeiros dias de confinamento é outro dos pontos fortes que todos concordam que foi essencial para frear o avanço do vírus, assim como para manter os negócios. Os aplausos para as equipes de técnicos que alimentaram essa rede foram unânimes.

E também é unânime a mensagem de que sairemos mais fortes dessa crise, como empresa e como pessoas. “A crise do coronavírus mudou todos nós, até pouco tempo atrás jamais imaginariamos tamanho drama social e humano causado por um vírus, mas não há outra opção senão seguir adiante, com dedicação, entrega ao serviço, compromisso e com valores profissionais e humanos que sempre nos caracterizaram na MAPFRE e que nos fazem ser uma empresa diferente.” (**Jaime Tamayo**, CEO da Área Territorial INTERNACIONAL).

Convidamos você a ler os seguintes depoimentos com a ideia de que são os colegas dos diferentes países que falam com você através de seus gerentes e enviam suas reflexões e palavras de ânimo.



## IBERIA

### DIGITALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE, NOSSAS RESPOSTAS AO COVID-19

Para José Manuel Inchausti, CEO da Área Territorial IBERIA, “nossa primeira exigência gira claramente em torno da saúde. É a prioridade absoluta à qual todos devemos contribuir, em maior medida aos profissionais de saúde, que são os grandes heróis desta crise, mas também no que nos diz respeito: ficar em casa, garantir o cumprimento das medidas de proteção se tivermos que sair e, como empresas, fornecer todos os itens necessários para que nossos funcionários possam se proteger.”

Inchausti também destaca que todos os investimentos e esforços aplicados na digitalização nos anos anteriores possibilitaram dar uma resposta ágil: “na MAPFRE ESPANHA fomentamos o ‘home office’ desde o primeiro momento e atualmente temos mais de 20.000 pessoas conectadas desde suas casas na Espanha, entre funcionários, representantes



**NOS PREOCUPAMOS COM TODOS OS NOSSOS GRUPOS DE INTERESSE, POIS ACREDITAMOS QUE ISSO DIZ RESPEITO A UMA EMPRESA SUSTENTÁVEL, CUJA RAZÃO DE SER É A CONFIANÇA**

José Manuel Inchausti,  
CEO da Área Territorial  
IBERIA e vicepresidente  
da MAPFRE

**140 MILHÕES DE EUROS PARA MEDIDAS QUE VARIAM DESDE A DEVOLUÇÃO DE PRÊMIOS DE SEGUROS ATÉ ADIANTAMENTOS DE VENDAS OU COMISSÕES**

comerciais e agentes. Além disso, demos aos nossos funcionários flexibilidade em tempo integral para que eles possam conciliar sua vida profissional e pessoal sem dificuldades, e também fornecemos apoio psicológico e de saúde.”

Da mesma forma, ele enfatiza que, graças aos grandes esforços realizados nos últimos anos para converter-nos em uma empresa omnicanal, “fomos capazes de enfrentar o desafio de continuar a dar a nossos clientes a atenção que eles precisam e esperamos de nós, enquanto protegemos a sua saúde e a dos nossos funcionários e colaboradores. Para isso, reforçamos os canais não-presenciais de atendimento ao cliente, mantivemos um número suficiente de escritórios abertos, nos quais adotamos todas as medidas possíveis para proteger nossos funcionários e mediadores (desinfecção, equipamentos de proteção, formação...) e usamos ferramentas como as de vídeo perícia”.

“Como uma empresa responsável, a MAPFRE contribuiu para aliviar a complicada situação econômica pela qual nossas PMEs, clientes independentes, fornecedores e representantes estão passando, com medidas que variam desde a devolução de prêmios de seguros até adiantamentos de vendas ou comissões. No total, mobilizamos 140 milhões de euros para esses grupos.

E, é claro, não podíamos nos esquecer do resto da sociedade. Por isso participamos, com 5,7 milhões de euros, em um fundo setorial para proteger o pessoal da saúde e, por meio da Fundación MAPFRE, doamos 5 milhões de euros ao Conselho Superior de Investigações Científicas da Espanha (CSIC) destinados à pesquisa.



#NaMAPFREmaisUnidosDoQueNunca



**CONTINUAREMOS DANDO O MELHOR DE NÓS PELO BEM DE NOSSAS FAMÍLIAS, NOSSOS COLEGAS, NOSSA SOCIEDADE E NOSSA EMPRESA. TRAZEMOS O MELHOR DE CADA UM DE NÓS E MAIS DO QUE NUNCA SOMOS MAPFRE**

Aristóbulo Bausela,  
CEO del Área Territorial  
LATAM

**99%  
PESSOAS  
EM HOME  
OFFICE**

## AMÉRICA LATINA (LATAM)

**Com o trabalho e o esforço de todos, sairemos dessa crise mais fortes**

Para Aristóbulo Bausela, CEO da Área Territorial LATAM, a gestão imediata e a previsão foram fatores-chave: “aproveitamos a experiência adquirida na Espanha, Turquia e Itália e, por meio dos Comitês de Crise, foram criados planos de ação para os países da América Latina, nos permitindo tomar medidas prontamente e ganhando alguns dias que seriam preciosos para implementar ações de continuidade de serviço, preservando a saúde de nossos funcionários, mediadores, fornecedores e clientes e mantendo uma imagem de empresa responsável, ágil e comprometida.

Em pouco mais de duas semanas, passamos de 4% dos funcionários em ‘home office’ para 99%, comprometidos com o que nossa empresa representa e com o que é necessário em nossa atividade.

Mas nos sentimos ainda mais parte da MAPFRE quando, a partir da Fundación MAPFRE, recebemos o anúncio da doação econômica para disponibilizar a todos os países equipamentos sanitários, tão necessários no momento, como máscaras, luvas, aventais,

camas e respiradores, que ajudam a evitar a propagação do vírus e, acima de tudo, ajudam a salvar vidas.

Não faltaram mensagens de apoio e de compromisso em todos os países da América Latina, que transmitiram a todos que uma maneira de ser solidário é ficando em casa e que, com o trabalho e o esforço de todos, sairemos dessa crise mais fortes.

## LATAM NORTE

**“Nas crises mais profundas, surgem oportunidades para as empresas mais bem gerenciadas. E esse é o nosso caso”**

Jesús Martínez Castellanos, CEO da Área Territorial LATAM NORTE, nos conta como a MAPFRE MÉXICO tem vivido essa crise global. “Estamos em estado de emergência sanitária desde o dia 30 de março, o que significou o fechamento de escolas, universidades, grandes eventos e atividades não-essenciais do setor público e privado, mas sem a proibição de sair na rua. É importante destacar que 60% da população economicamente ativa do México não conta com nenhum tipo de cobertura e todos os dias eles precisam sair às ruas para sobreviver. A situação levou à paralisação econômica da maioria dos setores produtivos, com um impacto muito sério nas profissões liberais e nas PMEs.

Na MAPFRE MÉXICO, levamos a empresa ao ‘home office’ antes da chegada das medidas oficiais e antes mesmo da grande maioria das empresas privadas do país. Após um excelente trabalho, em quatro dias tínhamos 95% dos funcionários trabalhando desde suas casas, com o plano de continuidade



**CRIAMOS UM PLANO AMBICIOSO DE FORMAÇÃO A SER DESENVOLVIDO DURANTE O PERÍODO EM QUE ESTIVERMOS REALIZANDO O 'HOME OFFICE', PARA CADA PERFIL DE FUNCIONÁRIO, APROVEITANDO AS EXCELENTES FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS QUE TEMOS À DISPOSIÇÃO**

Jesús Martínez Castellanos, CEO da Área Regional LATAM Norte

**CANAL TELEFÔNICO GRATUITO PARA ACONSELHAMENTO MÉDICO**

#NaMAPFREmaisUnidosDoQueNunca

funcionando, mantendo o atendimento aos nossos clientes. Estabelecemos diferentes procedimentos de trabalho, com um plano diário de comunicação interna e um relacionamento próximo com o colaborador, esquemas de disciplina laboral referentes às horas de trabalho e higiene pessoal, estabelecimento de objetivos, uso de ferramentas e fórmulas de relacionamento aprendidas na Iniciativa Corporativa do Desafio Digital. Como medida adicional, lançamos uma ação em que todos os funcionários colaboram na comercialização de produtos por meio da venda e indicação de familiares e amigos.”

Em relação aos negócios, Martínez Castellanos destaca que “também foram tomadas medidas extraordinárias para os clientes, como a flexibilização na cobrança de prêmios, a digitalização de processos e de novos produtos, além de uma solução inovadora de seguros para PMEs e um canal telefônico gratuito para aconselhamento médico e sobre o COVID-19. Além disso, foram adotadas medidas como um sistema de incentivos para agentes e um adiantamento de renda para os Embaixadores.”

E com orgulho aponta “o Apoio Covid-19 da Fundación MAPFRE no México. Com uma contribuição de um milhão de euros, fizemos a doação de suprimentos médicos para várias instituições de saúde.”

“Sairemos mais fortes dessa situação, pois é nas crises mais profundas que surgem oportunidades para as empresas mais bem gerenciadas. As relações industriais e sociais no pós-covid-19 vão mudar, mas estamos aprendendo uma nova maneira de nos relacionarmos no local de trabalho, e isso nos será muito útil no futuro. Voltaremos a ser como éramos antes do COVID-19, mas com funcionários e mediadores mais unidos e comprometidos do que nunca.”

## LATAM SUL

**“Priorizar o essencial e reforçar o espírito de serviço da MAPFRE. É assim que enfrentamos essa nova situação com garantias de liquidez e solvência”**

Para Marcos Ferreira, CEO da LATAM SUL, “o período de confinamento e restrições serviu para mostrar que, como organização, contamos com as pessoas, infraestruturas e ferramentas necessárias para enfrentar uma situação tão excepcional quanto a que estamos enfrentando.”

“Seguindo as diretrizes corporativas da MAPFRE, as primeiras medidas visaram preservar a segurança e a vida dos nossos funcionários, antecipando, inclusive, em muitos países, a implementação das medidas sugeridas posteriormente pelos governos locais. A região já possuía um alto grau de serviços digitais e isso foi fundamental”, destaca Ferreira.

Além disso, trabalhamos em possibilitar a realização do ‘home office’ a todos os nossos funcionários e foram utilizadas ferramentas de colaboração e de videoconferência. Para os Contact Centers, foi implantada uma solução que permite que os operadores e agentes trabalhem remotamente





**TRABALHANDO EM COORDENAÇÃO COM OS COMITÊS DE CRISE E CONTINUIDADE DE NEGÓCIOS EM CADA UM DOS PAÍSES, FOI POSSÍVEL GARANTIR AS OPERAÇÕES NECESSÁRIAS PARA CONTINUAR PRESTANDO ATENDIMENTO, POR TODOS OS MEIOS REMOTOS, AOS CLIENTES, DISTRIBUIDORES E FORNECEDORES DO GRUPO**

Marcos Ferreira,  
CEO da Área Regional  
LATAM Sul

**SAIREMOS DESSA EXPERIÊNCIA MAIS FORTES COMO PESSOAS**

desde suas casas, com acesso a aplicativos e com telefonia via internet.

Com isso garantimos que toda a equipe da MAPFRE na LATAM SUL estivesse conectada e bem protegida!”

Ferreira ressalta que “em todos os países foram adiantadas iniciativas de apoio a distribuidores e a prestadores de serviços, com o objetivo de que pudessem continuar a realizar seu trabalho e a cumprir com seus compromissos. Deve-se destacar a sinergia entre as unidades de Seguros e Assistência e a capacidade das equipes de priorizar o essencial, de reforçar o espírito de serviço da MAPFRE e de continuar com uma gestão rigorosa de despesas e projetos diante da situação de contingência em que nos encontramos. Com essas medidas e com o grande apoio do Grupo, é possível enfrentar essa nova situação com garantias de liquidez e solvência.”

E conclui: “todos sabemos que este é um período de transição e, no final, sairemos dessa experiência mais fortes como pessoas, como profissionais, como sociedade e até mais orgulhosos de fazer parte da EQUIPE MAPFRE.

## BRASIL

**“Toda a equipe da MAPFRE BRASIL, com unidade, solidariedade e agilidade, manteve as taxas de prestação de serviços no mais alto nível”**

O Brasil é o quinto país mais populoso do mundo e, portanto, existe uma grande preocupação em tentar impedir a propagação da pandemia do novo coronavírus. Com a confirmação do primeiro caso da doença em 26 de fevereiro, praticamente todos os governos estaduais decretaram o distanciamento social e o fechamento de atividades não-essenciais antes do início da curva ascendente da doença, como medidas para evitar o colapso do sistema de saúde pública.

Como **Fernando Pérez-Serrabona** nos explica, “um movimento altamente coordenado entre todos os setores da MAPFRE BRASIL permitiu que toda a equipe trabalhasse desde suas casas, mesmo antes da quarentena ser determinada pelas autoridades públicas. Agora, continuamos trabalhando com o objetivo de garantir a continuidade de nossos negócios, preservando os empregos e a saúde de todos os nossos funcionários e prestadores de serviços.



**NESSA MOMENTO DELICADO, ENTENDEMOS QUE AS SEGURADORAS PRECISAM FORTALECER SUA CONTRIBUIÇÃO PARA COM A SOCIEDADE E, POR ISSO, REALIZAMOS UMA SÉRIE DE AÇÕES PARA CONTINUAR CUIDANDO DE NOSSOS CLIENTES E PARCEIROS**

Fernando Pérez-Serrabona,  
CEO da Área  
Regional Brasil

Mas nossas ações foram além de nossos escritórios e residências. Destacamos o pagamento de indenizações de seguros de vida em casos de morte pelo novo vírus; renovação automática mantendo os mesmos preços para a carteira de automóveis, residencial, rural, empresarial e de condomínios (com pagamento flexibilizado); e vantagens e facilidades nas comissões dos corretores. Para apoiar prestadores de serviços e pequenos e médios empresários, abrimos um canal específico dentro da plataforma de Inovação para contribuir com ideias inovadoras.”

“Por fim, gostaria de destacar o profundo orgulho que sentimos pelas contribuições da Fundación MAPFRE para a luta contra o novo coronavírus no Brasil, com a doação de 3 milhões de euros a instituições de saúde pública de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais.

Essas doações se materializaram em leitos de UTI e enfermarias em hospitais de campanha, na compra de equipamentos médico-hospitalares e na distribuição de kits de higiene para proteger os moradores de comunidades carentes, entre outros projetos com alto impacto social.

Todas essas medidas, juntamente com o nosso compromisso de proteger a sociedade, motivaram toda a equipe da MAPFRE BRASIL a manter as taxas de prestação de serviços no mais alto nível e permitiram demonstrar a unidade, a solidariedade e a agilidade com que estamos trabalhando.

Não há mais dúvidas de que, depois desse momento de crise, a MAPFRE BRASIL estará ainda mais forte e mais consciente de sua vocação para continuar fazendo o que sabe fazer de melhor: cuidar das pessoas.”

## MAPFRE PERU

**“Avançaremos em direção à uma sociedade mais sensível, mais sustentável e menos consumista”**

O governo peruano decretou a quarentena total desde o dia 16 de março, à frente de quase todos os países da região e com pouquíssimos casos registrados. O país contava com apenas 250 leitos de UTI, então não havia outra opção senão tentar achatar a curva de contágio a todo custo.

O Peru é considerado o segundo melhor país da região a lidar com a crise, no entanto, espera-se um alto impacto devido à infraestrutura médica precária, à grande informalidade e à complexidade de chegar à toda a população devido à falta de meios logísticos.

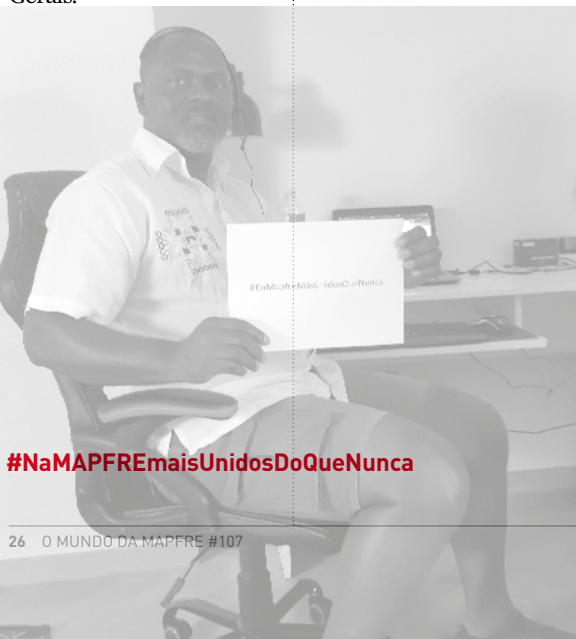
Como Renzo Calda, CEO da MAPFRE PERU, nos explica: “uma vez terminado o processo de migração para o ‘home office’, focamos na implantação e na disseminação de medidas de prevenção e de novos meios de atendimento ao cliente (um novo aplicativo para os clientes e o recém lançado WhatsApp corporativo). O fluxo de novas operações e gestão de portfólios diminuiu drasticamente desde o início da quarentena, enquanto o oposto ocorreu



**NA MAPFRE PERU, MESMO ANTES DO INÍCIO DO ESTADO DE EMERGÊNCIA, PASSAMOS A ADOTAR MEDIDAS ESPECIAIS PARA CLIENTES, DISTRIBUIDORES E COLABORADORES**

Renzo Calda,  
CEO da MAPFRE PERÚ

**ESTAMOS PRONTOS PARA INICIAR ESTA NOVA ETAPA**



#NaMAPFREmaísUnidosDoQueNunca

em benefícios diretos para os segurados. Nossos serviços médicos sofreram um aumento significativo nos primeiros dias para finalmente migrar para o modelo de telemedicina que multiplicou em 8 vezes o número de atendimentos diários, com um grande esforço para recrutar e treinar novos médicos, pessoal de 'call center' e equipes farmacêuticas e de drogarias. Os serviços funerários sofreram, sem dúvida, o maior estresse nesse período; foi necessário implementar protocolos rígidos de segurança biológica, ao mesmo tempo em que aguentaram um progressivo e alarmante aumento nos serviços. Convocamos um grupo de reservistas entre nossas equipes comerciais de decessos e alugamos câmaras frigoríficas prevendo a superlotação dos crematórios.

Uma vez superada a etapa de adaptação ao novo entorno, focamos em ações comerciais para preservar o portfólio. Foram ampliados os prazos de pagamento, de cobertura e foram oferecidos importantes serviços complementares."

Renzo Calda conclui acrescentando que "não há dúvida de que haverá um antes e um depois dessa pandemia nos hábitos e no consumo da sociedade moderna. Essa

experiência nos alerta que avançaremos em direção a uma sociedade mais sensível, mais sustentável e menos consumista. Nesse novo contexto, o limiar de risco assumido pela população cairá e a sociedade tenderá a ser mais cautelosa, e PREVENIR é a alma da nossa indústria. O seguro será um elemento essencial para dar estabilidade à sociedade e, em particular, os seguros de saúde, de vida e de poupança/investimento terão maior peso.

Na MAPFRE PERU, sabemos e estamos prontos para iniciar esta nova etapa, utilizando tudo o que há de mais avançado e usando a aceleração da digitalização a nosso favor."

Depois da tempestade, vem o bom tempo! Se queremos aproveitá-lo, devemos fazê-lo já!

## INTERNACIONAL

**"Do primeiro ao último de nossos colegas, todos reagiram de maneira extraordinária a esse tremendo desafio"**

Na Área Territorial INTERNACIONAL da MAPFRE, devido à nossa presença significativa na Itália, fomos os primeiros a adotar medidas desde o ponto de vista operacional e salvaguardar a saúde de nossos funcionários e colaboradores. Começamos a reagir desde o final de fevereiro. E, em 8 de março, foi declarado o fechamento total de 14 províncias italianas, declarando de fato o confinamento de mais de 16 milhões de pessoas.

Nossa equipe na Itália, em total coordenação com a direção corporativa de segurança e as demais áreas corporativas, ativou rapidamente seu Comitê de Crise e Continuidade de Negócios, conseguindo facilitar o 'home office' para praticamente 100% de nossos funcionários.

A reação da MAPFRE a nível global, e particularmente nos países em que operamos, foi imediata. A existência dos Comitês locais de Crise e Continuidade de Negócios, em total coordenação com o Comitê Corporativo de Crise e Continuidade de Negócios, nos permitiu dar uma resposta rápida e



**A CRISE DO CORONAVÍRUS OU COVID-19 ESTÁ, SEM DÚVIDA, TESTANDO A TODOS NÓS, NÃO APENAS NA MAPFRE, MAS COMO UMA SOCIEDADE EM GERAL. AS MEDIDAS GLOBAIS DE CONFINAMENTO ESTÃO NOS PRESSIONANDO A MUDAR NOSSOS HÁBITOS E COSTUMES DE MANEIRA DRÁSTICA E RÁPIDA. CERTAMENTE LEVARÁ ALGUM TEMPO PARA VOLTAR À NORMALIDADE ANTERIOR E SEM SABER SE SEREMOS OS MESMOS NOVAMENTE OU SE CERTOS HÁBITOS QUE JÁ ESTÃO ENTRE NÓS VIERAM PRA FICAR**

Jaime Tamayo,  
CEO da Área Territorial  
INTERNACIONAL

coordenada ao desafio da pandemia.

“Gostaria de destacar a extraordinária reação de nossas equipes, sempre prontas para dar seu máximo e ir além para manter a MAPFRE totalmente operacional e aberta aos negócios. Poder afirmar que, nas oito entidades seguradoras da Área Internacional, além das operações de Assistência em diversos países e com importantes distâncias geográficas, nossas operações têm estado 100% ativas, com nosso pessoal trabalhando em casa e prestando o mesmo serviço de qualidade que se espera de uma entidade como a MAPFRE é, acredito, uma fonte de orgulho para todos nós. Meus parabéns e meus agradecimentos a todos!”

Ele acrescenta que “a bateria de medidas adotadas tem sido extensa: desde a flexibilização dos planos de pagamento de prêmios, devolução de prêmios em alguns casos devido à exposição reduzida, extensão da cobertura do seguro durante o estado de emergência, medidas para antecipar pagamentos a fornecedores para facilitar suas necessidades de liquidez, linhas de ajuda específicas, portais de informação sobre COVID-19, entre outras.

Não há dúvida de que ainda temos muitos desafios e incógnitas pela frente. A nível internacional, a MAPFRE possui operações muito importantes em países fortemente golpeados pela pandemia, como os Estados Unidos e a Itália; também temos operações em países que reagiram mais tardiamente ou sem adotar medidas de confinamento muito restritivas, como a Turquia e a Indonésia, o que nos faz ter que estar muito atentos ao desenvolvimento dos acontecimentos nesses países.

A pressão regulatória em países com presença significativa da MAPFRE, como nos Estados Unidos, na Turquia ou na Itália, implica que, em algumas ocasiões, devemos adotar medidas extraordinárias relacionadas às nossas coberturas nos negócios, automóveis e saúde, principalmente.

Por fim, quero destacar o impacto muito positivo da campanha de doações lançada pela Fundación MAPFRE. O envolvimento de nossas equipes locais na identificação e implementação de ajudas para a compra de materiais sanitários, construção de hospitais de campanha ou qualquer outra iniciativa foi magnífico e devo dizer também que é muito gratificante.”

**O EXERCÍCIO DA COORDENAÇÃO LOGÍSTICA TANTO DE PESSOAL COMO DE TECNOLOGIA E EQUIPAMENTOS E DE CONECTIVIDADE E COMUNICAÇÕES TEM SIDO EXTRAORDINÁRIO, COLOCANDO NOSSAS OPERAÇÕES INTERNACIONAIS EM NÍVEIS DE CAPACIDADE DE TRABALHO REMOTO ABSOLUTAMENTE IMPENSÁVEIS EM UM PERÍODO TÃO CURTO DE TEMPO**

#NaMAPFREmaisUnidosDoQueNunca





## AMÉRICA DO NORTE

**“A incerteza do momento atual apenas fortaleceu a equipe da MAPFRE USA”.**

A pandemia de coronavírus afeta comunidades em todo o território dos Estados Unidos desde o final de janeiro e, em meados de abril, todos os 50 estados americanos se encontravam sob a declaração federal de situação de desastre, declarada pela primeira vez na história dos Estados Unidos. A MAPFRE USA respondeu rapidamente à situação lançando seu plano de continuidade de negócios. Como parte desse plano, a MAPFRE possibilitou um ambiente de ‘home office’ para 99% de seus funcionários. Também reuniu uma força-tarefa multidisciplinar para monitorar a situação do vírus nos Estados Unidos e proteger a saúde e o bem-estar de seus trabalhadores.



**A MAPFRE USA SEGUE OPERANDO DURANTE ESSE MOMENTO DIFÍCIL AO MESMO TEMPO EM QUE PROTEGE A SAÚDE E A SEGURANÇA DE SEUS FUNCIONÁRIOS E CLIENTES**

Alfredo Castelo,  
CEO da MAPFRE em  
América do Norte e da  
MAPFRE USA

**15% DOS PRÊMIOS DE ABRIL E MAIO SERÃO DEVOLVIDOS AOS SEGURADOS**

Alfredo Castelo, CEO da MAPFRE USA, nos lembra que, “embora a maioria dos funcionários da MAPFRE USA estejam trabalhando remotamente, um pequeno número de funcionários que realizam tarefas essenciais seguem indo aos seus centros de trabalho, assim como outros membros da equipe, que se reúnem com os clientes, se necessário, para tramitar os sinistros, embora tenham sido ativadas ferramentas digitais que permitem que o próprio cliente apresente as reivindicações de sinistro. Os peritos da MAPFRE usam fotos e vídeos para realizar perícias de veículos na medida do possível.”

“Cientes de que a pandemia alterou os hábitos de direção e para aliviar parte da carga econômica que muitos clientes estão sofrendo, a MAPFRE USA ofereceu aos clientes que possuem seguros de automóveis o chamado “reembolso por ficar em casa”, sujeito à aprovação das autoridades reguladoras. Assim, 15% dos prêmios de abril e maio serão devolvidos aos segurados. A cobertura também foi ampliada para clientes que precisam usar seus veículos particulares para realizar entregas de alimentos, mantimentos, produtos farmacêuticos e suprimentos médicos.

E foram flexibilizadas as opções de pagamento.”

“Os funcionários se apoiam entre si, estão comprometidos com os nossos clientes e têm orgulho de fazer parte de uma empresa que se preocupa profundamente com nossas comunidades. Eles estão ajudando as pessoas necessitadas de diversas maneiras, como o programa de doações ‘All In This –Together’ da MAPFRE. Muitos também estão realizando voluntariados online, em programas como o e-Buddies, que apoia pessoas com deficiências intelectuais e funcionais, ou como o programa de cartões de felicitações do Hospital Infantil de Boston.

E dada a escassez crítica de equipamentos médicos e de proteção individual, a Fundación MAPFRE doou US\$ 2,3 milhões para a cidade de Boston e para os hospitais de Massachusetts, onde a MAPFRE USA está sediada.”



## MAPFRE PORTO RICO

**“Sentimos que estamos mais conectados do que nunca, vivendo e sentindo cada minuto”.**

Porto Rico, assim como outros países, está passando por uma situação de confinamento. Estão fechados todos os comércios, escolas e locais de trabalho, bem como todas as atividades culturais, sociais ou que possam gerar uma aglomeração de pessoas. Estamos diante de um panorama incerto em termos de contágios e mortes, e prevê-se que a economia, já em recessão, seja bastante enfraquecida.

Na MAPFRE PORTO RICO, desde o primeiro dia de *lockdown*, tomamos medidas extraordinárias e necessárias para garantir e salvaguardar a saúde e a vida de nossos funcionários, intermediários e clientes. Com o objetivo de informar e tranquilizar funcionários e mediadores, são enviadas comunicações periódicas da presidência. As áreas de Saúde e Recursos Humanos fazem o mesmo, informando sobre benefícios e alternativas como a vídeo consulta, o delivery de medicamentos e o Programa de Apoio ao Empregado por



**APRENDEMOS EM TÃO POUCO TEMPO A VALORIZAR O QUE TEMOS E O QUE SOMOS. SABEMOS QUE A MAPFRE VAI CONTINUAR ESTANDO AQUI PARA TODOS**

Alexis Sánchez,  
CEO da MAPFRE PORTO  
RICO

**DESDE O PRIMEIRO DIA DE LOCKDOWN, TOMAMOS MEDIDAS EXTRAORDINARIAS**

telefone, além de informações relevantes sobre o COVID-19 e como evitar o contágio. Medidas de profilaxia e assepsia já estavam sendo realizadas no edifício, promovendo reuniões por teleconferência e ‘home office’, para otimizar o bem-estar de nossos funcionários e mediadores.

Para continuar operando e poder facilitar e agilizar serviços como cotações, emissão e pagamento de apólices, relatórios de perdas e conhecer o status das reivindicações, foram colocados à disposição dos segurados e mediadores o Contact Center e nossas ferramentas digitais.

Além disso, continuamos oferecendo informações em nossas plataformas digitais e redes sociais. Da mesma forma, para beneficiar nossos clientes autônomos e PMEs, estabelecemos o pagamento diferido, a extensão de cobertura e o pagamento flexível sem juros. Para nossos mediadores, o adiantamento de comissões e seu pagamento por prêmio vendido, ambos nas apólices comerciais. Para o nosso cliente consumidor, ampliou-se o período de aluguel do carro em uso. E no que diz respeito aos seguros de saúde, vários benefícios

também foram aplicados aos clientes.

Por outro lado, ante a escassez e urgência de materiais sanitários, como máscaras, luvas, aventais e outros equipamentos médicos essenciais para o combate ao coronavírus, a Fundación MAPFRE fez uma doação significativa para a aquisição desses materiais médicos e de proteção.”

Alexis Sánchez conclui com esta reflexão: “O mundo pode estar em distanciamento social, mas, mesmo assim, sentimos que estamos mais conectados do que nunca, vivendo e sentindo cada minuto. Embora estejamos compartilhando momentos não tão felizes, dentro do confinamento, também vivemos experiências positivas com nossa família e, passada essa crise, continuaremos alcançando novas conquistas como sociedade.”

**#NaMAPFREmaisUnidosDoQueNunca**

## EURÁSIA

**“Orgulhos de fazer parte dessa grande organização chamada MAPFRE”**

A região EURÁSIA foi particularmente afetada pela pandemia do COVID-19, por um lado, devido à proximidade de países como as Filipinas e a Indonésia em relação à China, que foi onde a pandemia se originou e, por outro lado, porque, depois da China, a Europa foi o epicentro da pandemia durante várias semanas, antes de os EUA ultrapassarem o continente europeu em número de infectados e de mortos.

As autoridades europeias não souberam como se antecipar nem tomaram medidas preventivas para impedir a propagação do vírus. Um após o outro, todos os países europeus se viram afetados pelo vírus, embora nem sempre com a mesma intensidade. Dos países da região EURÁSIA, o mais afetado foi, sem dúvida, a Itália. A Alemanha e Malta foram menos afetados em termos relativos. Em contrapartida, a Turquia, a Indonésia e as Filipinas, embora no momento os dados disponíveis mostrem um impacto moderado, prevê-se que o número de pessoas infectadas e de mortes aumente substancialmente.

Como Nikos Antimissaris nos conta, “ante essa situação inédita, a reação da MAPFRE foi muito rápida e eficaz, priorizando a saúde de nossos funcionários e a continuidade de nossos negócios em todos os momentos, a fim de garantir o melhor atendimento aos nossos clientes. A Itália foi o primeiro país da região a estabelecer o trabalho remoto para todos os seus funcionários em tempo recorde. Posteriormente, todos os países da região implementaram os protocolos de ação progressivamente. Devemos fazer uma menção especial ao trabalho realizado pela Área de Segurança, que assumiu a coordenação de todas as ações, bem como o das equipes de Recursos Humanos e Tecnologia.”

Embora ainda seja muito difícil quantificar o impacto econômico dessa pandemia, não há dúvidas de que será muito negativo para a maioria dos setores de atividade.

Nesse sentido, a MAPFRE implementou em todos os países uma bateria de medidas voltadas para nossos principais grupos de interesse, garantindo o emprego para nossos funcionários e oferecendo facilidades para nossos intermediários, clientes e fornecedores, o que nos permite aliviar a tensão de liquidez gerada pela paralização da atividade econômica.

Paralelamente, os países da região EURÁSIA estão participando ativamente das diversas iniciativas implementadas pela Fundación MAPFRE destinadas à sociedade em geral, colaborando com instituições públicas para a compra de materiais sanitários, equipamentos médicos, ações de voluntariado, etc., e muitas outras ações que contribuem para o enfrentamento dessa situação de emergência e para o abrandamento da situação dos mais necessitados.



**DEVEMOS TER ORGULHO DE FAZER PARTE DESSA GRANDE ORGANIZAÇÃO CHAMADA MAPFRE, QUE ESTÁ SABENDO DEMONSTRAR NÃO APENAS SUA CAPACIDADE DE REAÇÃO, MAS, SOBRETUDO, OS VALORES QUE A CARACTERIZAM E QUE SE REFLETEM NAS AÇÕES DO DIA A DIA E QUE FIZERAM COM QUE A MAPFRE SEJA HOJE UM SINÔNIMO DE CONFIANÇA PARA TODOS OS GRUPOS DE INTERESSE NOS DIFERENTES PAÍSES EM QUE ATUA**

**Nikos Antimissaris,**  
CEO da MAPFRE  
EURASIA





**NESTES DIAS DESAFIADORES, NOSSOS FUNCIONÁRIOS SE ADAPTARAM RAPIDAMENTE ÀS NOVAS CIRCUNSTÂNCIAS, E SEMPRE COM CERTO GRAU DE COMPROMETIMENTO, PENSANDO QUE PODERIAM CONTRIBUIR MAIS E APOIAR UNS AOS OUTROS**

Stefan Jensen,  
CEO da MAPFRE  
TURQUIA

**SERVIÇOS ESPECIAIS PARA CLIENTES MAIORES DE 65 ANOS**

#NaMAPFREmaisUnidosDoQueNunca

## **TURQUIA MAPFRE SIGORTA**

**“Nós nos colocamos no lugar do outro antes de nós mesmos”**

A Turquia é um país com um enclave geográfico único, situado entre os pés da Europa e a entrada para a Ásia. O primeiro caso de Coronavírus foi confirmado no dia 11 de março de 2020 e, desde então, as autoridades estabeleceram uma série de barreiras financeiras e não financeiras para impedir a propagação do vírus no país. Desde o início foram adotadas diversas medidas, como o fechamento de universidades e escolas até o final de abril, e o fechamento de restaurantes, bares, shoppings e áreas com possível concentração de público.

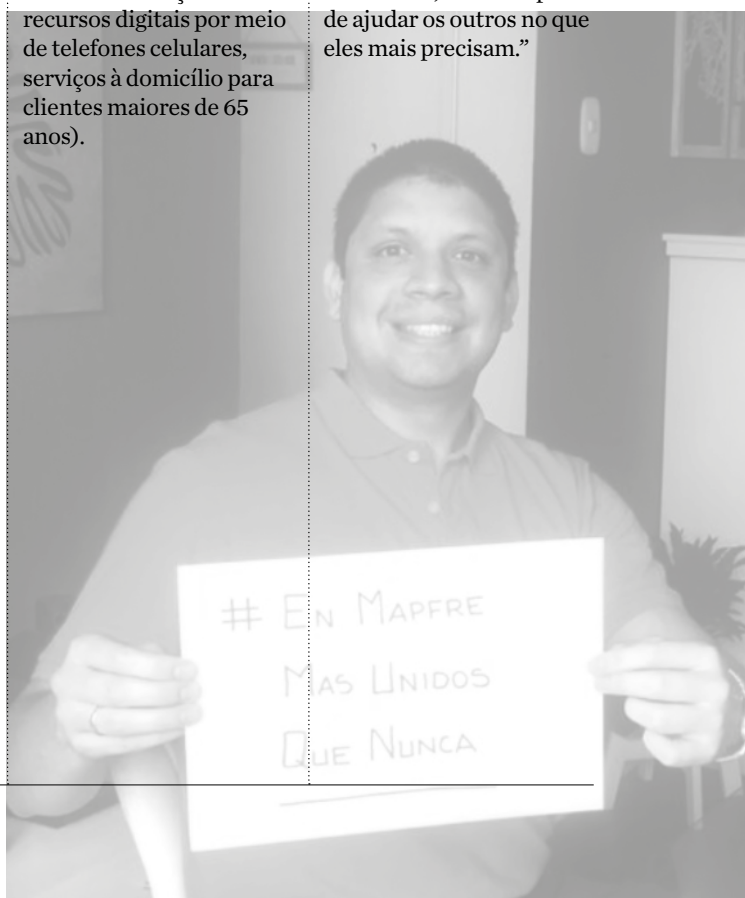
Assim como em outras áreas e países, Jensen também destaca a oportunidade que supôs essa iniciativa estratégica:

“Graças ao Desafio Digital, que seguimos desde 2018, cinco dias após o anúncio oficial do governo a MAPFRE na Turquia já possuía 97% de seus funcionários trabalhando desde suas casas.”

E acrescenta: “Tomamos muitas medidas focadas nos funcionários (antecipação da folha de pagamento, livros on-line para seus filhos...), agentes (por exemplo, a flexibilização nos prazos de pagamento, subsídios para conexão Wi-Fi e pagamentos de comissões semanais), fornecedores (pagamentos antecipados, limpeza e desinfecção de veículos e gruas) e clientes (por exemplo, melhoria de nossos serviços e recursos digitais por meio de telefones celulares, serviços à domicílio para clientes maiores de 65 anos).

Nosso compromisso não para por aqui e, por meio de nossas atividades sociais e em coordenação com a Fundación MAPFRE, começamos a ajudar os grupos mais necessitados, fornecendo materiais médicos e suprimentos de primeira necessidade para idosos e com medidas de apoio para organizações de caridade.

Nossa cultura e espírito é colocar-se no lugar do outro antes de nós mesmos, chegando àqueles que mais precisam e cobrindo suas necessidades básicas através dos seguros, protegendo nossos clientes de suas perdas. Na MAPFRE, com humildade, somos capazes de ajudar os outros no que eles mais precisam.”





## ALEMANHA

**“Unidos venceremos! Vamos Verti! Vamos MAPFRE!” (José Ramón Alegre, CEO de VERTI ALEMANIA)**

Atualmente, a situação na Alemanha é um pouco diferente da de outros países europeus. Embora o número de pessoas infectadas esteja alinhado com o restante, o número de mortes é muito baixo em comparação com os países ao nosso redor. Isso pode ser devido ao fato de que medidas de distanciamento social (não há confinamento completo aqui) foram adotadas prontamente, uma vez que o contágio ocorreu mais tarde do que no sul da Europa.

Na VERTI Alemanha, as pessoas com doenças pré-existentes foram as primeiras a começar a trabalhar remotamente logo no início de março. Durante a semana de 16 a 20 de março, o restante dos funcionários começou a trabalhar em ‘home office’, priorizando as áreas operacionais, as pessoas com filhos menores e aquelas que usavam o transporte público.

Nosso plano de contingência foi baseado em dois pontos básicos, decididos pelo Comitê Administrativo em 25 de fevereiro: a) separação de sedes (Berlim e Munique) com proibição completa de viagens; b) ativação do centro de contingência de Spandau.

Várias medidas foram adotadas para que os clientes não precisem comparecer presencialmente. Também realizamos a desinfecção dos veículos após o reparo nas coberturas de Danos. Da mesma forma, estamos reagindo ante a dificuldade de pagamento de determinados grupos, oferecendo otimização das coberturas (redução de quilometragem, por exemplo), além de pagamentos mensais, quitações e esperas, e negociando com alguns clientes condições de pagamento específicas. Tudo isso apoiado por um trabalho louvável dos operadores telefônicos que atendem a essas solicitações. Embora a nova produção tenha sido claramente afetada, tanto a taxa de renovação das apólices quanto o pagamento dos prêmios não estão sofrendo mudanças significativas.

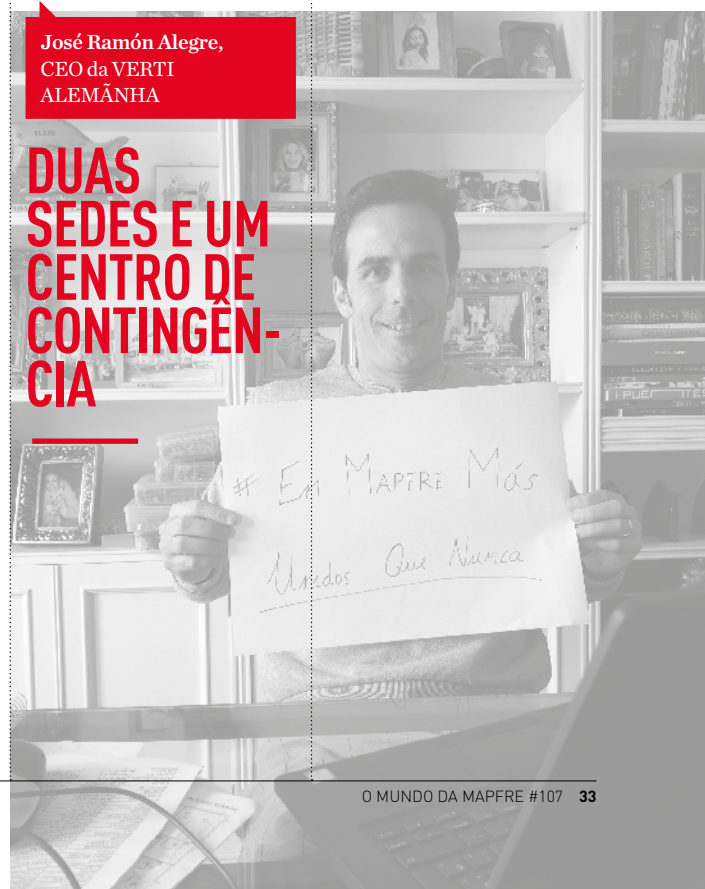


**NOSSO OBJETIVO FOI DUPLO: A SEGURANÇA DOS FUNCIONÁRIOS E POSSUIR A INFRAESTRUTURA E OS PROCEDIMENTOS ADEQUADOS PARA TRABALHAR REMOTAMENTE EM UMA CORRIDA CONTRA O TEMPO**

José Ramón Alegre,  
CEO da VERTI  
ALEMÂNHA

**DUAS SEDES E UM CENTRO DE CONTINGÊNCIA**

A doação de 240.000 euros da Fundación MAPFRE para a aquisição de testes para o hospital de campanha instalado no espaço da feira de Berlim contribuirá muito para melhorar a situação que está por vir. Berlim está se preparando para uma situação de colapso do sistema de saúde que, até o momento, não ocorreu e esperamos que nunca ocorra.



## ITÁLIA

**“Sairemos mais fortes, convencidos de nossa robustez e orgulhosos de fazer parte de um grupo como a MAPFRE”.**

A Itália foi o primeiro país da Europa afetado pelo COVID-19. A Lombardia, região que foi mais afetada e devido à sua relevância econômica no país, estabeleceu as primeiras regras de confinamento desde o início, a única solução para impedir uma maior disseminação do vírus. #iorestaacasa e #tuttoandràbene tornaram-se duas poderosas armas de conscientização para toda a população italiana.

“Na Lombardia, muito perto de Milão, está a cidade de Cologno Monzese, onde fica a sede da Verti na Itália. Ser o primeiro país afetado pelo vírus significou ser também a primeira empresa do Grupo, juntamente com nossos colegas da MAPFRE RE e da MAPFRE ASSISTÊNCIA na Itália, a ter que enfrentar essa situação. Ser os primeiros nunca significou que tivemos que enfrentar a situação sozinhos. Desde o início contamos com a ajuda dos nossos colegas de Madrid. Inicialmente, as áreas de Segurança, Recursos



**SER OS PRIMEIROS NUNCA SIGNIFICOU QUE TIVEMOS QUE ENFRENTAR A SITUAÇÃO SOZINHOS**

Enrique Flores,  
CEO da VERTI ITÁLIA

**RESISTINDO NA “ÁREA VERMELHA”**

Humanos e Tecnologia foram fundamentais na magnífica gestão iniciada no país. Com dois objetivos muito claros – proteger a saúde dos funcionários e garantir o atendimento aos clientes – demos início à implantação das medidas e, após uma semana de trabalho duro, 100% de nossos colegas estavam seguros em casa, com capacidade total para desenvolver sua atividade profissional e nossos clientes dispunham da mesma equipe de profissionais para atender a qualquer necessidade que pudessem ter.

A disponibilidade de todos os funcionários foi essencial para poder se adaptar a essa situação e, graças à segurança e à tecnologia, conseguimos garantir as medidas de segurança necessárias, implementando-as em tempo recorde.

Hoje, a MAPFRE pode se orgulhar por não ter nenhum funcionário infectado pelo vírus na Itália, graças ao rigoroso cumprimento das medidas adotadas pelo Ministério da Saúde italiano e pelos protocolos estabelecidos pelo Grupo.

**TER SIDO UM DOS PRIMEIROS ATINGIDOS PELO VÍRUS, CERTAMENTE NOS TORNARÁ TAMBÉM UM DOS PRIMEIROS A SAIR. SEM DÚVIDA, SAIREMOS MAIS FORTES, CONVENCIDOS DA ROBUSTEZ DO NOSSO NEGÓCIO E, MAIS UMA VEZ, ORGULHOSOS DE FAZER PARTE DE UM GRUPO COMO A MAPFRE**

**#NaMAPFREmaisUnidosDoQueNunca**

## UNIDADE GLOBAL RISKS ANTE A COVID

**“Mais comprometidos e ativos do que nunca”.**

A atividade realizada pela Unidade de Global Risks com seus clientes exige uma alta coordenação entre os serviços centrais (MAPFRE GLOBAL RISKS) e os países em que as empresas MAPFRE estão presentes, bem como da nossa rede associada nos demais. Esse modo de operação representava um desafio significativo na manutenção da atividade da unidade, que exigia uma ação rápida para continuar operando como se nada estivesse acontecendo.

Para Bosco Francoy, o mais importante foi que “o compromisso, a dedicação e a velocidade de adaptação das equipes para atender aos grandes clientes da MAPFRE foram notáveis.”

E acrescenta: nada disso seria possível sem o trabalho prévio e a agilidade da MAPFRE em antecipar os movimentos dentro do cenário incerto em que nos encontramos. Isso nos permitiu implantar várias linhas de trabalho para alcançar rapidamente um ritmo de trabalho que não ecoasse no exterior:

Em tempo recorde, durante um fim de semana, quase toda a força de trabalho conseguiu iniciar o ‘home office’. Para isso, foi disponibilizado um Plano de Continuidade de Negócios comprovado e certificado, essencial para a execução ordenada dessa transição. E sempre houve uma grande coordenação com as ações corporativas do Grupo MAPFRE.

Em relação aos nossos clientes, informamos, desde o início, que continuaríamos totalmente ativos no ‘home office’, ajudando a transmitir confiança na MAPFRE.



**SOMOS GLOBAIS!!!  
SOMOS MAPFRE!!!  
RESISTIREMOS!!!**

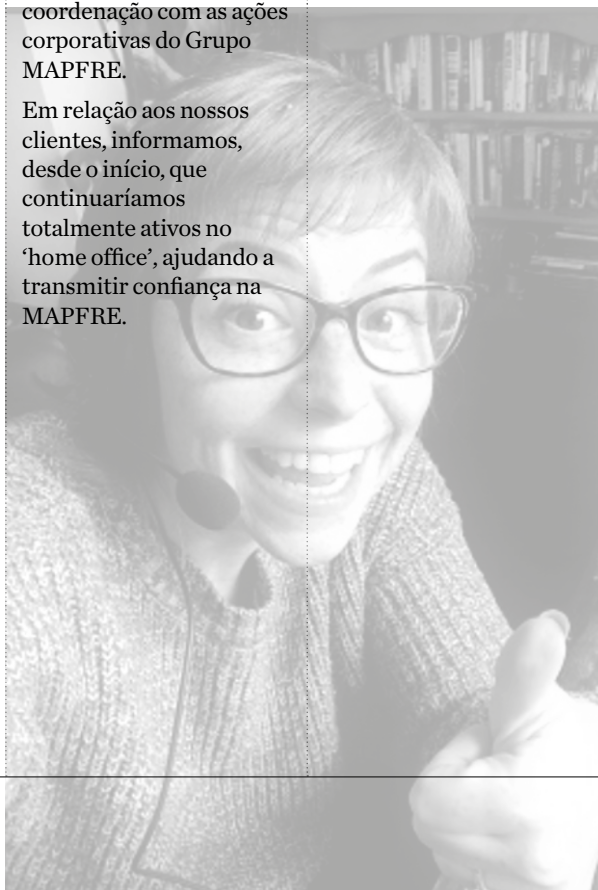
Bosco Francoy,  
CEO da MAPFRE  
GLOBAL RISKS

**COMPROMISSO,  
DEDICAÇÃO E  
VELOCIDADE**

Outro aspecto muito importante que Francoy destaca é que “internamente, temos sido muito ativos em transmitir mensagens de todos os tipos para a equipe da MAPFRE GLOBAL RISKS com assistência, aconselhamento, formação... e criamos um lema para nos motivar durante este confinamento: Somos globais!!! Somos MAPFRE!!! Resistiremos!!!

Além continuar com as operações ativas, também foi necessário implantar um exercício de análise completo em todas as áreas da empresa para gerenciar o novo entorno e os planos foram revisados e ajustados para garantir a continuidade dos negócios.

Em suma, todos nós que fazemos parte desta unidade nos sentimos mais comprometidos e ativos do que nunca, muito orgulhosos de fazer parte da MAPFRE.







## MAPFRE ASSISTÊNCIA

**“Um resultado extraordinário graças a uma equipe extraordinária”**

Como Leire Jiménez nos conta, para uma unidade acostumada a lidar com grandes sinistros, “o coronavírus é uma crise como nenhuma outra que já enfrentamos antes. Quando ocorre terremotos, furacões ou distúrbios sociais, conseguimos desviar nossos Contact Centers para outros países vizinhos e garantir a continuidade dos negócios, mas o COVID-19 é uma pandemia global e, portanto, exige novos meios de enfrentamento.

Juntamente com a direção de segurança, as áreas corporativas, regionais e os comitês locais de crise, conseguimos enfrentar esse desafio com sucesso, garantindo a saúde de nossos funcionários e o atendimento aos clientes.

A proatividade da MAPFRE e o esforço de todos tornaram possível transferir nossas operações para as casas de cada um dos nossos funcionários em tempo recorde.

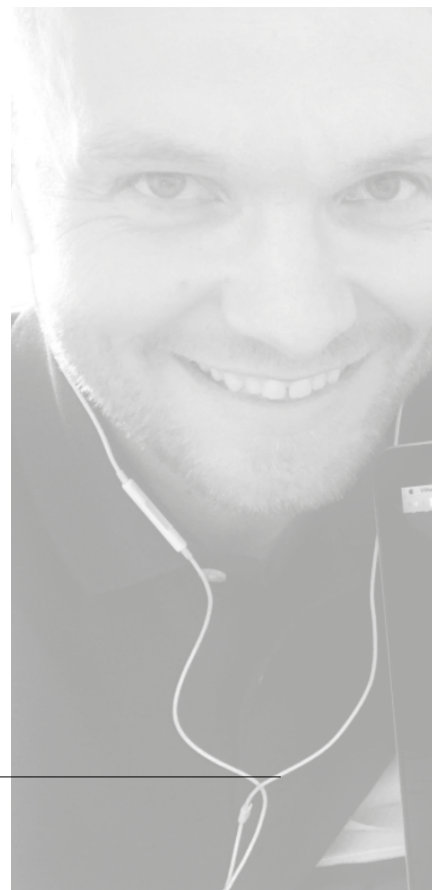
E em uma implantação que, em muitas ocasiões, foi além do que os governos locais exigiram. A MAPFRE ASSISTÊNCIA forneceu a essas pessoas os equipamentos e as ferramentas necessárias para que pudessem continuar realizando seu trabalho.”

“É também uma fonte de orgulho ver que, para a MAPFRE, não basta garantir a saúde dos funcionários e a continuidade dos negócios, queremos ir mais longe e poder ajudar a sociedade em todos os países em que trabalhamos. As iniciativas da Fundación MAPFRE, como doações para pesquisas, compras de equipamentos de proteção para residências e hospitais, juntamente com as iniciativas da MAPFRE em cada um dos países e a dedicação de nossos próprios funcionários como voluntários, devem encher-nos de orgulho neste momento.

Desde a MAPFRE ASSISTÊNCIA, pudemos contribuir com nosso grão de areia, colaborando com as companhias de seguros em muitos países, para lançar iniciativas de orientação médica, psicológica e jurídica sobre o COVID-19 e colocar nossa equipe médica, agentes telefônicos, provedores e tecnologia à disposição dos clientes

da MAPFRE por telefone, chats e aplicativos de implantação rápida”.

Tudo isso foi possível graças à união de todos que trabalham na MAPFRE, graças ao esforço conjunto, à dedicação e à força de cada um dos nossos colaboradores que, diante de uma crise sem precedentes, se uniram mais do que nunca para continuar sendo MAPFRE. Por isso, **meus mais sinceros agradecimentos a todas as áreas corporativas, equipes regionais e comitês de crise, mas especialmente a todas as pessoas que se uniram para alcançar um resultado extraordinário.**



**NOSSAS EQUIPES REAGIRAM DE MANEIRA EXTRAORDINÁRIA, ABRINDO SUAS CASAS E CONSTRUINDO UM ESPAÇO DA MAPFRE ASSISTÊNCIA DENTRO DELAS PARA CONTINUAR ATENDENDO AOS NOSSOS CLIENTES**

Leire Jiménez,  
CEO da MAPFRE  
ASISTENCIA

**36 PAÍSES  
COM  
ASSISTÊNCIA**

**#NaMAPFREmaisUnidosDoQueNunca**

## MAPFRE RE

**“A continuidade foi possível graças ao extraordinário esforço e comprometimento de toda a equipe”.**

Na MAPFRE RE, a crise do coronavírus começou a nos impactar já em janeiro, quando o surto da pandemia na China nos forçou a ativar nossos planos de contingência naquele país. Mais tarde, essa situação se espalhou para Cingapura, Filipinas, Japão e Itália, até que em meados de março surgiu a necessidade de ativar os planos nestes países também.

Nessas circunstâncias, a primeira medida que tomamos foi verificar se os planos de continuidade de negócios foram implantados com grande eficiência e em prazos muito curtos. Passamos anos elaborando, testando e refinando esses planos em todas as sedes da MAPFRE RE, a ponto de conseguirmos obter certificações independentes de sua qualidade. Felizmente, este trabalho fez valer a pena todo o esforço quando foi necessário.

Durante os dois últimos anos, estivemos implantando a iniciativa do Desafio Digital na MAPFRE RE, que nos levou a treinar quase toda a equipe da empresa sobre os meios tecnológicos e as habilidades para



**EM NENHUM MOMENTO INTERROMPEMOS AS ATIVIDADES ESSENCIAIS DA EMPRESA, NEM A GRANDE MAIORIA DOS PROJETOS QUE ESTÃO SENDO REALIZADOS**

Eduardo Pérez de Lema,  
CEO da MAPFRE RE

**PIONEIROS EM ESTABELECER PLANOS DE CONTINGÊNCIA**

trabalhar remotamente com alto grau de autonomia e eficiência. Há um ano, estávamos realizando programas piloto de trabalho remoto com um grande grupo de colaboradores, o que permitiu que a empresa estivesse preparada para esse desafio.

Com base nisso, temos orgulho em dizer que a MAPFRE RE conseguiu responder permanentemente às necessidades de seus clientes, sem ter que interromper em nenhum momento as atividades essenciais da empresa, nem a grande maioria dos projetos que estão sendo realizados. Obviamente, isso foi possível graças ao extraordinário esforço e comprometimento de toda a equipe que, de maneira exemplar, priorizou o cumprimento de suas responsabilidades, em circunstâncias especialmente adversas.

Como de costume em nosso setor, em tempos de crise, a atividade de resseguros está exposta a uma maior volatilidade e absorve grande parte das perdas extremas. Estamos acostumados a enfrentar grandes catástrofes ou desastres intensos de todos os tipos. Desta vez, o principal desafio é que estamos enfrentando uma crise global que afeta, em maior ou menor grau, todas as geografias em que operamos e uma infinidade de filiais

simultaneamente, levando-nos ao limite do que nossa indústria pode absorver. **Felizmente, as medidas de subscrição e seleção de riscos aplicadas há anos nos levarão a tornar os possíveis impactos aceitáveis para a MAPFRE RE.**

Quando superarmos essa crise, teremos que iniciar uma reflexão para encontrar mecanismos que melhorem o nível de cobertura da sociedade para lidar com esse tipo de situações, sem comprometer a solvência do setor. **O setor de res/seguros possui os conhecimentos, mecanismos e recursos para desempenhar um papel de liderança na mitigação de crises como a que estamos enfrentando.**



TEXTO **JAVIER ORTEGA**  
IMAGENS **ISTOCK**

Há anos a MAPFRE aposta no meio digital como ponto de encontro da empresa com seus clientes, funcionários e com a sociedade em geral. Em uma circunstância tão especial como o confinamento na maior parte do mundo devido à pandemia do COVID-19, também redobramos nossos esforços nessa área.





NÃO SE ESQUEÇA DE VISITAR NOSSA EDIÇÃO DIGITAL  
PARA VER ESSES E OUTROS VÍDEOS

# #NaMAPFREmaisUnidosDoQueNunca

## Também através dos nossos canais digitais!

Visando proteger em todos os momentos a saúde dos funcionários, colaboradores e clientes, mantendo o serviço com a mais alta qualidade possível, desde o primeiro momento dessa crise global da saúde, a MAPFRE desenvolveu um plano de contingência no qual os meios telemáticos foram priorizados. Por um lado, a Área de Pessoas e Organização fez um grande esforço para manter todos os funcionários conectados entre si e informados por meio da intranet global e de outros aplicativos. Por outro lado, em um aspecto tão importante quanto o da comunicação, nossos canais digitais tiveram um papel muito importante, como o site MAPFRE.com – que

tinha estreado um novo design e abordagem justamente na primeira semana de março – e nossos perfis nas diferentes redes sociais.

**Desde o primeiro momento foi dada uma atenção especial à comunicação, buscando que os canais digitais da empresa contribuíssem para a disseminação de informações úteis, não apenas do ponto de vista comercial, mas, principalmente, para fins informativos, dada a nova situação que estávamos enfrentando em todo o mundo.**

Nesse sentido, além de compartilhar mensagens relacionadas com a prevenção e a saúde, estamos comprometidos com informações que agreguem valor a partir de um amplo ponto de vista da crise que estamos enfrentando no âmbito das relações pessoais, profissionais, educacionais e humanas no futuro... Tudo isso dando voz aos especialistas. Pesquisadores, médicos e psicólogos foram alguns dos perfis que abordamos para esclarecer dúvidas e oferecer conselhos por meio do formato de relatório ou entrevista.



**Além disso, diante da incerteza dos mercados e das economias mundiais, o MAPFRE.com também se tornou uma referência para encontrar a melhor análise financeira, elaboradas por nossos especialistas, com uma seleção semanal de artigos e conteúdos de interesse.**

Nosso novo site também foi a principal referência no acesso às informações mais atualizadas sobre as contribuições da MAPFRE e da Fundación MAPFRE na luta contra o COVID-19 em todo o mundo.





## Unidos nas redes

Nossas redes sociais, por sua vez, foram o ponto de encontro da grande família MAPFRE para mostrar ao mundo a unidade com a qual enfrentamos essa situação. Desde que foi usada pela primeira vez, a hashtag **#NaMAPFREmais UnidosDoQueNunca** foi utilizada nos três idiomas corporativos e foi mencionada mais de 14.000 vezes.

Funcionários, clientes, colaboradores, etc. a usaram para expressar o espírito com o qual enfrentamos as dificuldades e compartilhar nossas ações para ajudar a superar esse momento.

Os perfis da MAPFRE, que adaptaram sua foto a essa circunstância, também serviram para canalizar o sentimento de gratidão da sociedade a todos os grupos que, naquele momento, se esforçavam ao máximo para cuidar de nós. Com nossa ação “Aplaudimos” (compartilhada em todas as plataformas com um vídeo e também no Twitter com uma série de cartões dedicados a diferentes grupos), enchemos as redes de aplausos aos profissionais de saúde, aos que nos protegem, aos que ficavam em casa cumprindo as regras e aos que tinham que deixar suas casas para que nossas necessidades básicas fossem atendidas.



**Juntando-nos ao clamor de todos os cidadãos e instituições, lançamos também a mensagem “Fique em casa”, com uma peça audiovisual na qual apelamos à responsabilidade e à soma de nossos pequenos esforços para alcançar um fim maior: acabar com a pandemia.**

Nossos funcionários também quiseram contribuir para tornar o confinamento mais suportável para pessoas que, como eles, não podiam sair de suas casas. Assim, se juntaram à nossa iniciativa Somos Pessoas, na qual nos mostraram seu lado mais humano, compartilhando algumas de suas habilidades domésticas por meio de truques simples.





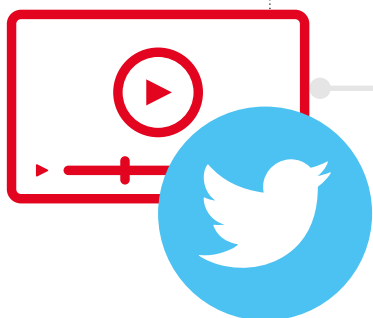
**Alguns dos rostos mais representativos dos nossos patrocínios, como o tenista Rafa Nadal ou o piloto da equipe da Renault de Fórmula 1 Daniel Ricciardo, se uniram a essa causa com suas próprias mensagens.**

Nosso presidente, Antonio Huertas, que foi reconhecido em diversas ocasiões por sua atividade nas redes sociais, também fez um uso especial delas durante a crise do coronavírus. Além de usá-las para difundir informações úteis e sobre o trabalho da empresa nesse grande desafio global, ele foi além: a cada semana, compartilhava suas reflexões pessoais sobre a situação na forma de um vídeo no LinkedIn e no Twitter; também publicou artigos nessas plataformas, os quais nos convidam a refletir e a agir; e até se atreveu a realizar uma live no Instagram, onde compartilhou uma reunião virtual com a edição espanhola da revista *Forbes*.

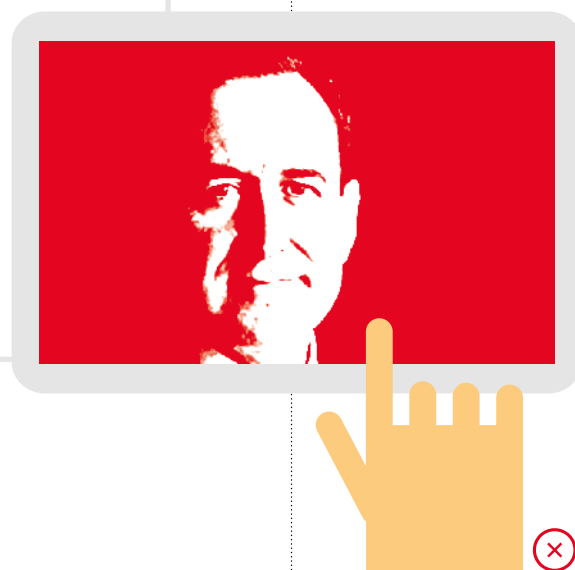
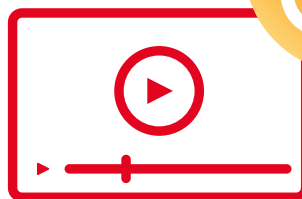
Em todos os canais, o presidente da MAPFRE quis destacar o papel fundamental de uma empresa como a nossa na resposta ao grande desafio apresentado pela crise e reforçou uma mensagem que reflete como olhamos para o futuro dessa grande família:

**NA MAPFRE, MAIS UNIDOS DO QUE NUNCA.**

35K



480K





TEXTO **DANIEL BADÍA** | IMAGENS **ISTOCK**

# OS ESPECIALISTAS DA MAPFRE INVESTIMENTOS E DA MAPFRE ECONOMICS ANALISAM OS EFEITOS DA PANDEMIA EM TERMOS ECONÔMICOS



**“Isso é muito assustador. Não vi bares fechando nem em situações de conflito armado”, me disse por WhatsApp uma jornalista veterana da agência de notícias EFE no dia 13 de março, mesmo dia em que o presidente do Governo espanhol, Pedro Sánchez, declarou o estado de emergência no país.**

O coronavírus que causa a COVID-19, que começou na cidade chinesa de Wuhan, espalhou-se como uma mancha de óleo para o resto do planeta em apenas algumas semanas. Suas consequências quebraram todas as previsões, jamais vistas antes, em muitos casos, nem mesmo em tempos de guerra. Uma taxa de desemprego nos Estados Unidos que pode chegar aos 20% e uma queda de mais de 10% do PIB nas principais economias mundiais demonstram a gravidade da situação. Mas agora o mundo está enfrentando uma nova fase, uma vez controlada a pandemia e com um maior conhecimento sobre o vírus, sempre a espera de uma vacina eficaz: a reconstrução.

A MAPFRE lançou uma newsletter financeira para reunir as principais opiniões dos especialistas da MAPFRE Investimentos, tanto da gestora de ativos MAPFRE AM quanto da consultoria financeira MAPFRE Gestão Patrimonial, além da MAPFRE Economics, o centro de estudos do grupo segurador. Abaixo estão algumas dessas reflexões sobre o efeito na economia, nos mercados financeiros e principalmente nos negócios de gestão de ativos, assim como as consequências para o setor de seguros, muitas delas expressadas nos principais meios de comunicação nacionais e internacionais:



**Manuel Aguilera, diretor geral da MAPFRE Economics**

**GLOBALIZAÇÃO E COVID-19: UMA LIÇÃO DE POLÍTICA PÚBLICA (26/03):**

“Hoje, a pandemia de coronavírus (COVID-19) está nos mostrando uma nova face dos riscos associados à construção de uma sociedade global. Essa é, sem dúvida, a primeira grande crise de saúde desta nova etapa do mundo; uma crise que, independentemente da letalidade do vírus que a protagoniza, adquiriu tamanha dimensão graças à inter-relação e interdependência que caracteriza a atividade econômica e social de nossos dias. Pode-se dizer que a crise do COVID-19 é uma prova conclusiva de que a sociedade mundial já é uma só. Essa nova crise — ainda em desenvolvimento, mas que já tem implicações praticamente equivalentes às das maiores crises econômicas da história mundial — nos deixará muitas lições, mas há uma que já podemos registrar nas pendências dessa sociedade global. Diferentemente dos riscos associados a desastres naturais e humanos, bem como do funcionamento dos mercados financeiros, a sociedade global não se preparou adequadamente para lidar com as pandemias, não apenas em termos de atenção aos riscos à saúde, mas também das consequências derivadas das medidas de contenção”.



**Gonzalo de Cadenas-Santiago, diretor de análise macroeconômica e financeira da MAPFRE Economics**

**O COVID-19 E A AMEAÇA AOS PAÍSES**

**EMERGENTES (2/04):** “Na última década, os países emergentes experimentaram um aumento de sua vulnerabilidade financeira e da dívida em um contexto de fraco crescimento econômico, desaceleração do comércio, lentidão dos investimentos reais e crescentes desigualdades de renda. Os países que já corriam um alto risco de sofrer problemas de dívida externa soberana no final de 2019 chegaram à data de hoje com uma carga de dívidas insustentáveis. Estima-se que a dívida total esteja próxima a 200% do PIB dos mercados emergentes, sendo a dívida privada cerca de ¾ desse total, principalmente devido à expansão da alavancagem de empresas privadas. Esse endividamento cada vez mais complexo, perigoso e de crescimento rápido não augura nada de bom para a capacidade de suportar outro choque externo como o causado pelo COVID-19, especialmente quando a posição de liquidez desses mercados está seriamente ameaçada.”



**Ricardo González, diretor de análise setorial e de regulação da MAPFRE Economics**

**POR QUE OS BALANÇOS DO SETOR DE SEGUROS RESISTEM MELHOR A ESSAS CRISES (24/04):**

“A alta volatilidade e a queda nas avaliações dos ativos nos mercados financeiros podem impactar significativamente os balanços das entidades de seguros. O principal item das carteiras de investimentos dessas empresas são os títulos de renda fixa. Um aumento brusco nos prêmios de risco desses títulos afeta diretamente sua avaliação, que também cai acentuadamente, e ainda mais a duração dos títulos em seu portfólio, [...] visto que a composição da carteira de investimentos é de especial relevância. Aqueles mercados nos quais a maior parte dos investimentos são títulos soberanos, respaldados pelos programas de aquisição de ativos de seus respectivos bancos centrais, têm um risco mais limitado. O setor de seguros espanhol é um paradigma nesse sentido, dada a sua natureza tradicionalmente conservadora, em que os títulos soberanos da zona do euro são o investimento majoritário. A situação em que nos encontramos, como resultado da pandemia do COVID-19, coloca o setor espanhol em uma posição melhor do que outros mercados em que os investimentos majoritários são títulos corporativos, que nessas situações tendem a sofrer transições mais rápidas em suas classificações de crédito, que podem deixá-los abaixo do grau de investimento e até cair na insolvência”.



**José Luis Jiménez, diretor geral de investimentos da MAPFRE**

**O DILEMA DO EURO**

**E O COVID-19 (7/05):** “A questão dos ‘coronabonds’ ou a mutualização das dívidas na Europa destaca as mesmas dúvidas que surgiram na crise do euro. A união monetária, como foi concebida, é um projeto fadado ao fracasso ou é a falta de avanços na integração (união bancária, fiscal e até política) a causa de sua instabilidade? Talvez seja neste momento que devamos olhar para trás e lembrar a origem do projeto europeu para entender sua importância. As políticas econômicas para empobrecer os vizinhos depois da Grande Depressão e das duas Guerras Mundiais que ocorreram na Europa foram razões suficientes para criar uma união de países que não cometeriam os mesmos erros novamente. Hoje, estando novamente nessa encruzilhada, é importante focar no longo prazo e ver a dimensão do problema além do plano econômico.”



**Alberto Matellán,  
economista-chefe da  
MAPFRE Investimentos**

**PREVISÕES ECONÔMICAS E  
FERRAMENTAS ALTERNATIVAS**

**(7/05):** “A perda da ajuda proveniente de previsões que estabelecem um cenário claro pode ser aproveitada para nos tornarmos melhores investidores. Sair da zona de conforto nos leva a examinar mais detalhadamente nossas práticas como investidores, expandir nossa estrutura conceitual e extrair mais informações. Em suma, prestar um melhor atendimento ao cliente, no caso de gerentes profissionais, na forma de eficiência operacional ou de novos produtos alinhados à realidade socioeconômica. Mas também no caso dos consultores; e é que, nesse contexto, o poupador particular tem uma vantagem que muitas vezes é desconhecida: ele não precisa depender dessa previsão de cenários, porque ele já os possui como padrão. Se bem orientado, seu próprio perfil de investidor é o guia para seus investimentos, independentemente do contexto econômico e dos altos e baixos emocionais. Algo tão simples como lembrá-lo disso e ajudá-lo a manter a disciplina também pode agregar mais valor ao consultor.”



**Eduardo Ripollés, diretor de  
negócios institucionais da  
MAPFRE AM**

**O IMPACTO DA CRISE NOS FUNDOS  
DE INVESTIMENTO: UM NOVO**

**IMPULSO AO ESG (2/04):** “Estou convencido, por sua vez, de que os investimentos com critérios ESG sairão mais fortes dessa crise. Não estou me referindo apenas à crescente oferta de fundos temáticos, sempre separando o joio do trigo, é claro, mas à crescente necessidade de incorporar esses critérios nos fundos tradicionais, e não apenas pelas equipes gestoras, mas também pela exigência de investidores profissionais aos quais, a partir de agora, os particulares finalmente se somarão. Três siglas, três temáticas e três maneiras de cumprir os ODS das Nações Unidas, mas com um protagonismo especial para o S como consequência da crise que estamos enfrentando”.



EN NUESTRA EDICIÓN DIGITAL  
PUEDES VER **MÁS OPINIONES DE  
ESTOS Y OTROS EXPERTOS**

**José Luis Jiménez**

**O CORONAVÍRUS E A GESTÃO  
DE ATIVOS (8/03)**

**DOS MITOS GREGOS AOS VIESES DO  
CONHECIMENTO: OUTRA FORMA DE  
ENTENDER A CRISE (26/03)**

**Gonzalo de Cadenas-Santiago**

**G20 VS. COVID-19 (16/04)**

**Javier Lendines, diretor geral da  
MAPFRE AM**

**CINCO PERGUNTAS-CHAVE QUE OS  
INVESTIDORES DEVEM SE QUESTIONAR  
PARA ENFRENTAR A CRISE (26/03)**

**Patrick Nielsen, subdiretor geral  
da MAPFRE AM**

**O DIA DE AMANHÃ (8/04)**

**Luis García, gerente da MAPFRE AM**

**INVESTIR QUANDO A  
CALCULADORA QUEBRAR (26/03)**

**SE JÁ PODEMOS SAIR PARA PRATICAR  
ESPORTES, POR QUE NÃO INVESTIR  
NELE? (7/05)**

**Michael Morossi, gerente da  
MAPFRE AM**

**INVESTIR EM UM BOM GOVERNO,  
UMA VACINA CONTRA A CRISE (16/04)**

**César Gimeno, gerente de carteiras  
americanas de rendas variáveis e  
multi ativos da MAPFRE AM**

**COVID-19: UM EVENTO ÚNICO EM UM  
MUNDO DIFERENTE (24/04)**

**Daniel Sancho, chefe de investimentos  
da MAPFRE Gestão Patrimonial**

**A VOLATILIDADE É RELATIVA (26/03)**

**TODOS OS OVOS NA MESMA  
CESTA? (7/05)**

**Ismael García Puente, Gestor de  
Investimentos; Seletor de Fundos da  
MAPFRE Gestão Patrimonial**

**O QUE ACONTECEU COM O MEU FUNDO  
DE RENDA FIXA? (2/04)**

**TÉCNICAS PARA ENFRENTAR A  
IRRACIONALIDADE DO MERCADO (24/04)**





NO ANEXO QUE ACOMPANHA ESTA REVISTA, VOCÊ PODE LER O DISCURSO COMPLETO DE ANTONIO HUERTAS NO PRIMEIRO EVENTO SUSTENTÁVEL DA MAPFRE, A ASSEMBLEIA DE ACIONISTAS 2020

# EVENTOS COM SELO VERDE

TEXTO **NURIA DEL OLMO**  
FOTOGRAFIAS **ALBERTO CARRASCO**



Economizar energia e água, reduzir as emissões de CO<sub>2</sub> e contratar pessoas com deficiência e fornecedores locais. Essas são algumas das metas visadas por entidades comprometidas com a organização de eventos sustentáveis. Estamos falando de congressos, seminários e até festivais que, graças a essa filosofia, contribuem para reduzir o impacto ambiental, promovendo a inclusão e a igualdade, impulsionando a economia local e conscientizando a sociedade para a importância de se juntar ao progresso social e econômico. A MAPFRE fez isso, por ocasião da realização de sua primeira Assembleia Geral de Acionistas. Te contamos os e quais vantagens eles têm.

Luis González, funcionário de uma renomada empresa de logística espanhola, participou de uma convenção no ano passado que não tinha nada a ver com as que sua empresa havia organizado até agora. Para chegar ao local da reunião, foi usado um micro-ônibus. Um colega lhe disse que naquele ano todos se deslocariam de transporte público e que dessa maneira poluiriam menos do que se cada um pegasse um táxi. Aparentemente, o orçamento do evento era o mesmo do ano anterior, e tudo o que fosse economizado seria investido na restauração de um abrigo para moradores de rua. A 'hostess', uma loira alemã com cerca de um metro e oitenta de altura, havia sido substituída por um garoto com deficiência, que forneceu as credenciais desde sua cadeira de rodas e entregou a documentação em papel reciclado. Alguém de seu departamento percebeu que, entre os funcionários de apoio da organização, também havia pessoas com mais de 50 anos e pessoas de diferentes etnias.

A sala era a mesma, mas Luis percebeu que o cenário estava decorado com painéis de lycra nos quais era projetado um ambiente através de uma técnica chamada *mapping*, o que permitiria reutilizar os materiais para a convenção do próximo ano. Quando chegou a hora do almoço, Luis também percebeu mudanças. Diferentemente do taco de lombo de vaca de todos os anos, em cada mesa havia um pequeno bilhete que explicava o uso de produtos sazonais, produzidos nas proximidades do local do evento, e indicava que, para a prestação desse serviço, foi escolhida uma empresa local de *catering* que adota comportamentos responsáveis em relação à gestão de resíduos, economia de energia e boas práticas de contratação.

Para a convenção, a empresa também fez um esforço especial para transmitir mensagens a todos os participantes sobre a importância de proteger o meio ambiente e cuidar da sociedade, e projetou um plano para consumir o mínimo de energia possível e calcular a pegada de carbono do evento, ou seja, determinar as emissões de todos os gases

de efeito estufa (GEE) relacionados ao consumo de energia, mobilidade e geração de resíduos. Naquele fim de semana, Luis e outros 100 colegas de trabalho fizeram uma viagem às montanhas de Madrid para plantar árvores, as quais iriam neutralizar o CO<sub>2</sub> que haviam emitido durante o evento.

Essa história é contada muitas vezes por Alberto Gómez, diretor da Ephymera Sustentabilidade, para explicar a seus clientes, grandes multinacionais de setores como o de bebidas, bancos e logística, como um evento sustentável deve ser organizado e divulgado, “um evento que não só tem a ver com um importante respeito ao meio ambiente, mas também com outras cinco dimensões: social, econômica, cultural, visibilidade e legado”, indica. O coordenador da Eventstost, uma plataforma gratuita que ajuda a melhorar a gestão desse tipo de evento, também destaca outro aspecto importante, a divulgação, algo que às vezes não é levado em conta. “Ao tornar um evento sustentável visível, reforçamos o valor que a sustentabilidade tem na opinião pública, entre nossos clientes e fornecedores e na sociedade em geral. Indiretamente, estaremos transmitindo bons exemplos e valores que fazem parte do nosso jeito de fazer as coisas e que, sem dúvida, promoverão a mudança que buscamos. É necessário transmitir, sem nenhum tipo de cobertura, que os eventos são e devem ser sustentáveis”.

### Eventos premiados

As empresas que decidem organizar um evento de maneira sustentável demonstram um firme compromisso com múltiplos aspectos, desde a igualdade de oportunidades até a inclusão e a proteção do meio ambiente. Também fortalece a transparência e considera todos os grupos de interesse relevantes. É um trabalho que leva meses de trabalho, que exige grande planejamento

### UM EVENTO SUSTENTÁVEL DEVE SE TORNAR UM EXEMPLO A SER SEGUIDO PARA MUITOS E DEVE SER DIVULGADO A TODOS OS PÚBLICOS DE INTERESSE.

e coordenação para atender a objetivos e ações exigentes em todas as suas fases, e que é avaliado e auditado antes, durante e após a sua celebração.

Assim acredita José Magro, diretor de sustentabilidade da AENOR, uma entidade que ajuda

as organizações a revisar suas boas práticas em termos de qualidade, meio ambiente e responsabilidade social e que acaba de certificar o primeiro evento sustentável da MAPFRE, sua assembleia geral de acionistas 2020. Magro garante que as empresas que organizam esses eventos conseguem minimizar grande parte do impacto ambiental gerado por tal ato, como a geração de resíduos, o alto consumo de recursos (água e eletricidade) e a poluição atmosférica, acústica e luminosa. Também se promove o uso de transporte público e bicicletas, como meios de transporte até o local do evento, facilita-se o acesso a pessoas com mobilidade reduzida e opta-se pelo uso de produtos do comércio local, que certamente ajudam a reduzir o impacto no transporte.

### Aumentar a conscientização na sociedade

É um requisito fundamental desde o início, uma vez que envolve conversar proativamente com as partes interessadas para descobrir o que elas esperam do evento, que impacto ele pode ter e quais oportunidades podem ser geradas, algo essencial para valorizar determinadas ações e até mesmo novos modelos de negócios. Nesse sentido, o diretor de sustentabilidade da AENOR acredita que a obtenção de um *feedback* é essencial para planejar com sentido e não deixar ninguém de fora. “A divulgação é feita no final. Um evento sustentável implica um esforço e um compromisso que devem ser divulgados para a sociedade. Acreditamos que é muito importante que as empresas que organizam esse tipo de eventos e reuniões transmitam esses valores para as pessoas que participam deles,

aproveitando todas as boas práticas ambientais, sociais e econômicas que implementaram e aumentando a conscientização do benefício gerado para o planeta como um todo. Um evento sustentável deve se tornar um exemplo a ser seguido para muitos”, assegura.

### Primeiro evento sustentável da MAPFRE

A Assembleia Geral de Acionistas da MAPFRE, realizada no dia 13 de março em Madrid, foi certificada pela primeira vez como um evento sustentável, o que significa que todos os processos desse evento, desde o planejamento até a sua celebração e desmontagem, foram realizados com o objetivo de maximizar sua contribuição para a economia local, melhorando a sociedade e protegendo o meio ambiente.

Assim, a MAPFRE se tornou a primeira seguradora na Espanha a obter a certificação da AENOR e a quinta empresa espanhola do Ibex 35 a cumprir a norma ISO 20121, um padrão internacional voluntário para a gestão de eventos sustentáveis.

Entre seus principais benefícios, essa certificação incentiva a inclusão, que foi alcançada por meio da tradução simultânea e da interpretação na língua de sinais. Também foi promovida a igualdade de oportunidades, graças à contratação da mesma proporção de homens e mulheres que trabalharam como pessoal de apoio na organização do evento e foi facilitado o acesso sem barreiras às pessoas com mobilidade reduzida.

Outro objetivo relevante do evento foi minimizar a pegada ambiental, o que foi possível graças à otimização do consumo de recursos, como água, energia e papel, bem como ao uso de materiais recicláveis e reutilizáveis e ao gerenciamento

ESSE TIPO DE EVENTOS REPRESENTA UM COMPROMISSO COM AS PESSOAS. **HOMENS E MULHERES SÃO CONTRATADOS SEM DISCRIMINAÇÃO E TAMBÉM SE CONTA COM PESSOAS DE GRUPOS EM RISCO DE EXCLUSÃO SOCIAL E PESSOAS COM DEFICIÊNCIA.**

adequado dos resíduos que foram gerados. Além disso, outros aspectos importantes foram levados em consideração, como a transparência com os grupos de interesse, que foi intensificada graças à promoção da votação remota, e o incentivo à economia local mediante a contratação de empresas da região.

### Evento neutro em carbono

Atingir a neutralidade de carbono do evento também foi um dos desafios mais importantes na realização do mesmo. Pelo segundo ano consecutivo, a MAPFRE obteve o Certificado de Meio Ambiente CO<sub>2</sub> Compensado. A empresa calculou a pegada de carbono de acordo com a metodologia ISO 14064 e as emissões resultantes foram compensadas mediante os Certificados de Emissões Reduzidas (CER), emitidos pelas Nações Unidas, por meio de um projeto cujo objetivo é fornecer energia elétrica renovável através da construção três pequenas hidrelétricas (PCH) instaladas no Brasil.



# A PRIMEIRA ASSEMBLEIA GERAL DE ACIONISTAS



## SUSTENTÁVEL DA MAPFRE



A empresa celebrou seu **primeiro evento sustentável** com o objetivo de reduzir seu impacto ambiental, promover a **inclusão** e a **igualdade**, promover a **economia local** e sensibilizar a sociedade sobre a importância de contribuir para o **progresso social e econômico sustentável** no mundo todo.

### Desafios



### Como tornamos realidade?



# A TECNOLOGIA, NOSSA ALIADA NO COMBATE AO CORONAVÍRUS







VISITE A SEÇÃO  
ZOOM DE WWW.  
MAPFRE.COM PARA  
SABER MAIS



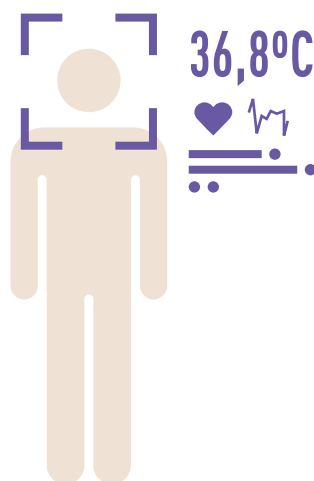
**Se há algo positivo que aprendemos como indivíduos e sociedade no mundo todo após a declaração da OMS no dia 11 de março a respeito da pandemia global de COVID-19, é que a tecnologia nos abriu uma porta (mesmo que virtual) por meio da qual entram soluções e esperança em um cenário de incerteza e confinamento.**

TEXTO **MARINA CALVO** | ILUSTRAÇÃO **ISTOCK**

Até onde sabemos, o vírus da COVID-19 se originou na China, que além de um gigante econômico, também é um dos primeiros países no Top 20 da classificação de inovação publicada atualmente pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual, e ocupa a segunda posição no grupo de países líderes em ciência e tecnologia. Essa potência tecnológica e digital foi importante na gestão da pandemia no país asiático.

Singapura, considerado o país que, até a presente data, criou a melhor resposta diante do vírus, foi capaz de reconstruir em um ou dois dias desde a detecção de um caso novo, a cadeia de transmissão de um infectado por meio de um banco de dados ágil e de uma tomada de decisões imediata que permite

**A SOCIEDADE CIVIL COLABOROU NA LUTA CONTRA O VÍRUS RECORRENDO ÀS DIVERSAS TECNOLOGIAS EM BENEFÍCIO DA SOLIDARIEDADE E DE ATITUDES CIDADÃS COM O OBJETIVO DE ALIVIAR A PRESSÃO E A COMPLEXIDADE LOGÍSTICA QUE A SITUAÇÃO DE EMERGÊNCIA OCASIONAVA.**



acompanhamento em tempo real. Além dos testes de detecção, a tecnologia tem sido primordial, pois permite localizar e isolar os doentes.

Hong Kong, Coreia do Sul e Taiwan também empregaram com sucesso a tecnologia e a inovação para combater o vírus com métodos de resposta mais efetivos.

Igualmente, na Europa, agora o epicentro do contágio, as autoridades governamentais estão apostando no uso de aplicativos, bancos de dados e assistentes, entre outros processos de inteligência artificial. Na Espanha, a resposta digital que acaba de ser anunciada contra o vírus inclui um site com informações verificadas, autodiagnóstico digital e um escritório de dados, entre outros programas.

## SOCIEDADE CIVIL E AMBIENTE EMPRESARIAL

Da parte dos cidadãos, a sociedade civil colabora na luta contra o vírus recorrendo às diversas tecnologias em benefício da solidariedade e de atitudes cidadãs, com o objetivo de aliviar a pressão e a complexidade logística que a situação de emergência ocasiona.

Opções de compras de bens de primeira necessidade, iniciativas de vizinhos para ajudar quem não pode sair de casa, e ações sem fins lucrativos de todos os tipos, como oferecer alimentos a quem mais necessita, oferecer cursos de relaxamento ou oficinas infantis confirmam que um outro mundo é possível por meio da tecnologia.

Também houve uma mudança na atuação e na aparência das grandes marcas. A intervenção de gigantes como Google, Facebook ou Apple não está mais limitada ao âmbito de suas operações da forma como conhecíamos.

Frear a propagação de fake news, coletar informações úteis para a resposta diante do coronavírus e melhorar o “clima” emocional dos usuários, ao oferecer músicas mais alegres são algumas das atividades realizadas nos últimos dias. Essas notícias agora são vistas com naturalidade após o anúncio de uma aliança da OMS e do Whatsapp para lançar

## TELEGRAM, HOUSEPARTY, WHATSAPP, HANGOUTS, SKYPE...

A ACEITAÇÃO DE NOVAS VIAS DE CONSULTA ANTES CONSIDERADAS INTRUSIVAS E O COMPARTILHAMENTO DE PROJETOS E PREOCUPAÇÕES PESSOAIS SE TRANSFORMOU DE UMA UTOPIA PARA REALIDADE

um sistema de notificação e recomendações sobre o coronavírus.

O mesmo acontece com a *resposta de empresas multinacionais, como a MAPFRE, que abriu sua plataforma digital de saúde, a Savia*, para atender consultas de possíveis casos de COVID-19 e outras condições, de forma gratuita, para os cidadãos. Além disso, muitas outras empresas proporcionam o acesso livre a conteúdos digitais e colocam à disposição dos usuários serviços que ajudam a melhorar sua vida durante a pandemia.

## HOUSEPARTY E OUTROS EXPERIMENTOS INÉDITOS

O isolamento também abriu terreno para experimentos inéditos em termos de relações virtuais,

tanto no âmbito pessoal quanto profissional.

Em muitas empresas, o trabalho remoto se transformou de uma utopia para realidade como garantia de maior segurança para os funcionários, assim como a proliferação de videoconferências periódicas pelo Skype ou Hangouts, de ferramentas colaborativas (intranets, comunidades virtuais, depósitos de conhecimento etc.), a aceitação de novas vias de consulta antes consideradas intrusivas (Whatsapp ou Telegram) e o compartilhamento de projetos e preocupações pessoais.

Entre amigos ou com desconhecidos, a mais nova tendência é o Houseparty, o aplicativo mais baixado na quarentena. O “na sua casa ou na minha” ficou no passado, porque a crise do coronavírus agora somente permite festas e encontros no modo de videochamada. On-line, mas compartilhando jogos e reuniões.

A tecnologia que em décadas anteriores parecia uma infraestrutura fria e capaz de ameaçar as relações humanas reduziu, de modo drástico, a distância que separa as pessoas dos 180 países impactados até o momento, nos unindo em torno de uma liberdade e normalidade em suspenso.

## VIRAL, COMO O NOME INDICA

As *hashtags*, suas versões cômicas e os rumores criados em meio ao coronavírus se tornaram virais. Eles contagiaram as redes sociais, sem exceção, com uma grande dose do cotidiano, que permite aos usuários mostrar partes do seu dia a dia que antes ficavam ocultas. Simples tarefas domésticas, como a do número um do tênis Rafael Nadal cozinhando, ou a organização de um show virtual na sala de Alejandro Sanz, são posts compartilhados nas redes diante de milhões de pessoas que também estão fazendo suas obrigações em casa. O vírus se espalhou como nenhum outro pelos canais de mídia social até agora, para os mais de 2,4 bilhões de usuários do Facebook e mais de 340 milhões do Twitter.

Não perca o artigo sobre as redes sociais durante a crise.

**#QuédateEnCasa**  
**#EsteVirusLoParamosUnidos**

## AÇÕES MAIS TECNOLÓGICAS

A MAPFRE não ficou alheia a essa realidade e agregou às suas muitas ações algumas mais “tecnológicas”: a abertura de sua **plataforma digital de saúde, a Savia**, para atender a consultas sobre possíveis casos de Covid-19 e outras condições (principalmente de medicina geral, psicologia e pediatria), de forma gratuita, a todos os cidadãos. Foram os profissionais da equipe médica da MAPFRE que voluntariamente puderam oferecer esse serviço de chat.

Dessa forma, suas consultas aumentaram em 240% durante essa crise e a plataforma alcançou 150.000 usuários registrados. Durante esse período de confinamento, foram realizadas mais de 100.000 consultas remotas relacionadas ao coronavírus e a outros problemas de saúde.

**SOMENTE**  
**NO MÊS DE MARÇO,**  
**MAIS DE**  
**25.000 PESSOAS,**  
**USARAM A PLATAFORMA,**  
**UM AUMENTO DE**  
**72%**  
**EM RELAÇÃO**  
**AO MÊS**  
**ANTERIOR**

A **Verti na Espanha** também lançou serviços gratuitos de assistência digital a todos os seus clientes para apoiá-los em tudo que diz respeito ao ‘home office’, às aulas virtuais de faculdades e universidades, à comunicação com familiares e amigos e a um maior consumo do ócio digital.

O **Centro de Experimentação e Segurança Viária da MAPFRE (CESVIMAP)** também quis contribuir com seu grão de areia na luta contra o coronavírus e possibilitou o acesso aberto e gratuito ao conteúdo da Ceviteca, sua biblioteca on-line, para compartilhar conhecimentos e facilitar a auto formação de profissionais do setor. Atualmente, mais de 1.700 pessoas desfrutaram dessa experiência durante 6 meses.

Também foram realizados **‘webinars’ focados na normalidade transitória e como tornar o local de trabalho um ambiente seguro**. E, devido à impossibilidade de continuar ministrando seus cursos de forma presencial, vários recursos de ensino foram implementados: gravação em vídeo de formação prática, ‘masterclasses’, práticas com interatividade entre alunos e professor, etc.

Outra aplicação tecnológica feita pela MAPFRE durante a crise foi a **video perícia** para identificar e gerenciar serviços nas casas. E, na Espanha, foi lançada a iniciativa **Hoy por ti** (Hoje por você, em português) para ajudar, por meio do **app gopick**, pequenas e médias empresas e trabalhadores autônomos a darem continuidade aos seus negócios.

# IPSICO SI24, uma boa prática dos riscos psicossociais realizada na Espanha

## CAUIDANDO DA SAÚDE EMOCIONAL



TEXTO **SERVIÇO DE PREVENÇÃO MANCOMUNADO DA MAPFRE NA ESPANHA** | IMAGENS **MAPFRE**

Muito antes da crise causada pela pandemia global nos forçar a mudar nosso ambiente físico de trabalho, na MAPFRE já estávamos envolvidos na análise dos riscos psicossociais com o objetivo de cuidar das pessoas. Uma análise que, nesses primeiros meses de 2020, se torna ainda mais importante. Neste artigo, te contamos um pouco mais sobre o estudo realizado na Espanha para analisar as condições de um grupo-chave para a empresa, o grupo que gerencia o serviço telefônico, e, assim, melhorar a motivação, a satisfação e o desempenho de todos os funcionários.



ACESSE  
AO RELATÓRIO  
EM NOSSA  
EDIÇÃO  
DIGITAL

## AUMENTO DE ATIVIDADES PREVENTIVAS EM (PERCENTAGEM)

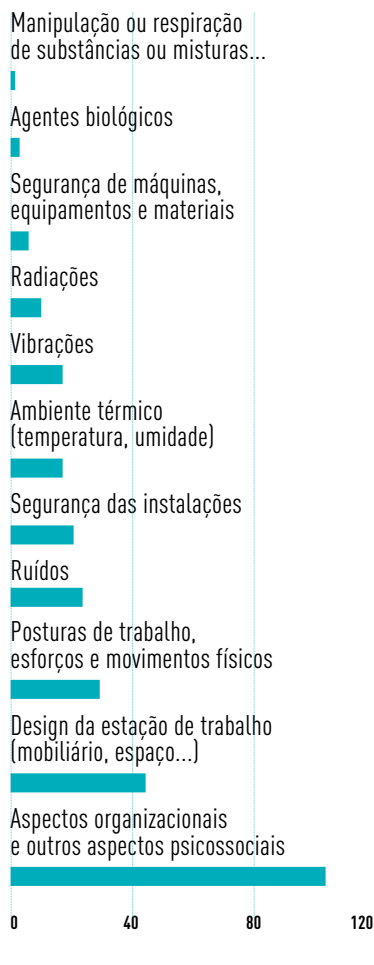
Os fatores responsáveis pelos riscos psicossociais são as condições presentes em uma situação laboral diretamente relacionadas com a organização do trabalho, o conteúdo do cargo, a realização das tarefas e o ambiente, que têm a capacidade de afetar o desenvolvimento do trabalho e a saúde dos trabalhadores.

As reações a uma determinada situação psicossocial não são as mesmas para todos os trabalhadores, pois dependem tanto da percepção que cada um tem da mesma, como de suas capacidades para enfrentá-la ou responder a ela. Portanto, a maneira como gerenciamos esses fatores psicossociais pode afetar nossa motivação, satisfação e o desempenho de nosso trabalho.

Na Espanha, a MAPFRE avalia periodicamente os riscos psicossociais da organização, obtendo uma visão dos mesmos para desenvolver linhas de ação para seu controle e prevenção.

Segundo a VII Pesquisa Nacional de Condições de Trabalho do Instituto Nacional de Segurança e Saúde no Trabalho, nas empresas espanholas evidencia-se um crescimento de 120% nas atividades psicossociais em comparação com outras atividades preventivas.

A MAPFRE está comprometida com as pessoas e um de seus objetivos é melhorar as condições



do ambiente de trabalho por meio da análise dos riscos psicossociais.

### Assim nasceu o estudo IPSICO SI24

Com o intuito de continuar avançando no bem-estar psicossocial, a MAPFRE desenvolveu, entre junho de 2018 e outubro de 2019, uma intervenção específica de acordo com suas necessidades, circunstâncias, resultados de avaliações anteriores, etc. Este estudo começou com o grupo de serviços telefônicos SI24 da Espanha, razão pela qual foi nomeado IPSICO SI24.

Foi um grande desafio para o Serviço de Prevenção Mancomunado da MAPFRE na Espanha. Foi criada uma equipe de trabalho multidisciplinar, composta por quatro técnicos de prevenção, um médico do trabalho e um advogado de relações trabalhistas, a fim de gerar mais informações e, acima de tudo, informações

valiosas, buscando sinergias, aumentando a criatividade e a inovação, tudo isso a partir de uma perspectiva abrangente. Contou-se também com a colaboração da Representação Legal dos Trabalhadores, assim como da AFFOR, empresa de consultoria especializada na área psicossocial.

O SI24 foi o grupo selecionado para iniciar este projeto devido às características de sua



atividade, o atendimento telefônico. De acordo com alguns estudos realizados, esse setor é um dos mais afetados, pois apresenta múltiplos fatores de risco inerentes à sua atividade: ritmo de trabalho, alta demanda psicológica tanto à nível cognitivo quanto emocional, manter uma atenção constante à tarefa, tratamento das informações com a exigência de resposta imediata... Além disso, somente na Espanha, contamos com mais de 1.000 pessoas trabalhando nesse setor, o que permitiu obter uma amostra suficientemente representativa.

Elas estão distribuídas em sete filiais e prestam um serviço de atendimento telefônico aos segurados da MAPFRE 365 dias por ano, 24 horas por dia.

### **Assim foi realizado o IPSICO SI24**

Em primeiro lugar, foi necessário definir as diferentes Unidades de Análise (UA), levando em consideração aspectos como a similaridade de tarefas e funções, além de garantir sigilo e anonimato. Com esses critérios, foram definidas 18 UAs, divididas principalmente em gerentes de atendimento telefônico, coordenadores, chefes e responsáveis, etc.

O IPSICO SI24 é um estudo de pesquisa baseado na triangulação de informações, em que três fontes são utilizadas de forma sistemática e organizada para analisar e validar os dados obtidos. Foram utilizadas técnicas quantitativas (questionário FPSICO 4.0) e técnicas

## **O GRUPO IPSICO SI24**

**ESTÁ DISTRIBUÍDO  
EM SETE FILIAIS  
E PRESTA UM SERVIÇO DE  
ATENDIMENTO TELEFÔNICO  
AOS SEGURADOS DA MAPFRE  
365 DIAS POR ANO  
24 HORAS  
POR DIA**

**MADRID 334,  
AVILA 285,  
VALLADOLID 117,  
VALÊNCIA 90  
E TERUEL 34,  
LAS PALMAS 85,  
BARCELONA 68**

(dados de 2018-19)

qualitativas (entrevistas e focus group), o que permitiu fortalecer a confiabilidade e a validade dos dados obtidos.

O estudo foi realizado entre junho de 2018 e outubro de 2019, conforme o seguinte cronograma:

Primeiramente, foi realizada uma análise detalhada das informações, levando em consideração os dados sociodemográficos e as características laborais: cargos, funções, estruturas, antiguidade, formação, tarefas, etc., e apresentando as hipóteses do estudo.

Em seguida, foi realizada a aplicação do questionário FPSICO 4.0. a todos os trabalhadores, validado pela Inspeção de Trabalho e Previdência Social, cujo objetivo era conhecer sua

percepção desse tipo de riscos. Os fatores que este questionário analisa são os que aparecem na tabela na próxima página.

O nível de participação foi de 80%, portanto, vale destacar a alta taxa de resposta obtida como um dos pontos fortes do estudo e a amostra obtida como válida e confiável (intervalo de confiança de 95%).

Para contrastar as informações obtidas, foram realizadas entrevistas pessoais e focus group, que são conversas cuidadosamente planejadas, destinadas a obter informações sobre as áreas de interesse definidas.

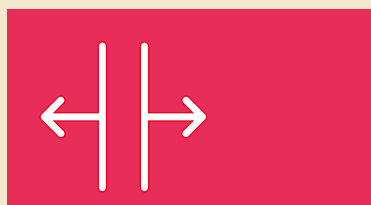
O percentual mostrado na fase de entrevistas e focus group foi de cerca de 20%, com uma participação de 100% dos selecionados.

## QUESTIONÁRIO FPSICO 4.0 FATORES DE RISCO E DESCRIÇÃO



### TEMPO DE TRABALHO

Considera os períodos de descanso permitidos pela atividade, sua quantidade e qualidade e o efeito do tempo de trabalho na vida social.



### AUTONOMIA

Capacidade e possibilidade individual de gerenciar e tomar decisões, tanto em aspectos da estruturação temporal da atividade de trabalho quanto em questões de procedimento e organização do trabalho.



### CARGA DE TRABALHO

Nível de demanda de trabalho a ser enfrentado. É avaliada com base nas pressões de prazos, no esforço de atenção e na quantidade e dificuldade da tarefa.



### DEMANDAS PSICOLÓGICAS

Exigências diferentes a serem enfrentadas no trabalho, de natureza cognitiva e emocional.



### VARIEDADE / CONTEÚDO DO TRABALHO

Sentimento de que o trabalho tem um significado e utilidade em si, na empresa como um todo e na sociedade em geral, sendo reconhecido e apreciado.



### PARTICIPAÇÃO / SUPERVISÃO

Participação em diferentes aspectos do trabalho e supervisão de tarefas.



### INTERESSE PELO TRABALHADOR / REMUNERAÇÃO

Grau em que a empresa mostra uma preocupação de caráter pessoal e a longo prazo (promoção, treinamentos, desenvolvimento de carreira, etc.), bem como a percepção tanto de estabilidade no cargo como da existência de um equilíbrio entre o que o trabalhador entrega e a remuneração que recebe por isso.



### DESEMPENHO DA FUNÇÃO

Definição das tarefas de cada cargo. Clareza de papéis, conflito de papéis e sobrecarga de papéis.



### RELAÇÕES E APOIO SOCIAL

Aspectos derivados das relações estabelecidas entre as pessoas no ambiente de trabalho e "apoio social", como o apoio instrumental ou a ajuda de outras pessoas no ambiente de trabalho (chefes, colegas...) para poder executar adequadamente as tarefas, e a qualidade de tais relacionamentos.

Os integrantes do Serviço de Prevenção Mancomunado da MAPFRE iniciaram este projeto com grande entusiasmo, recebendo uma excelente acolhida e se sentindo como um dos SI24, desenvolvendo uma experiência muito enriquecedora, tanto profissional quanto pessoal.



sede	nº de entrevistas individuais	nº focus group	nº de participantes de focus group
MADRID	12	6	50
ÁVILA	5	3	36
VALLADOLID	4	4	18
SANT CUGAT	5	1	9
VALENCIA	3	3	24
TERUEL	1	2	18
LAS PALMAS	8	2	18
<b>TOTAIS</b>	<b>38</b>	<b>21</b>	<b>173</b>

O sucesso do alto nível de participação foi alcançado graças à organização sistemática de todas as fases, à comunicação contínua e eficaz realizada ao longo do processo e ao alto envolvimento da gerência do grupo.

### Os resultados do IPSICO SI24

Este estudo permitiu determinar os pontos fortes do grupo e os pontos a serem melhorados e obter as informações necessárias para elaborar um plano de ação específico.

Os resultados foram apresentados através de relatórios em diferentes níveis, à nível global e por filiais, sendo sintetizados em um modelo de apresentação de resultados elaborado exclusivamente pelo Serviço Conjunto de Prevenção, as “PSICOESFERAS”, que mostram as diferenças em comparação com outras organizações, além de agregar valor ao estudo.

Através das diferentes psicoesferas, apresenta-se uma visão global de todos os fatores psicossociais do grupo, relacionados entre si, assim como os diferentes fatores de risco analisados, permitindo mostrar as condições psicossociais de maneira prática e visual.

Atendendo a um dos principais objetivos estabelecidos, após a aplicação dos questionários, focus group, entrevistas e análise de todas as informações obtidas, um plano de ação específico foi definido e elaborado com base em quatro linhas de ação principais para aprimorar os fatores que beneficiam o desenvolvimento pessoal e o bem-estar laboral dos trabalhadores, bem como o da organização:

- Incentivar a participação através dos IPSICO Best Practice Groups e preparar um Manual de Boas Práticas Psicossociais.
- Implantar um programa de assistência e suporte a funcionários: #pae.
- Potencializar o aprendizado e o desenvolvimento das equipes de trabalho por meio de um plano de habilidades e competências.
- Fortalecer a comunicação multidirecional e os canais de comunicação.

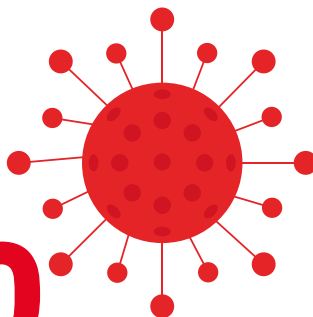
O IPSICO SI24 é um excelente exemplo da implementação dos comportamentos da MAPFRE:

- **Inovação:** a Intervenção Psicossocial é outra forma de estudar, entender e visualizar os riscos psicossociais, desde a aplicação das metodologias até a apresentação de seus resultados, bem como a definição e implementação do Plano de Ação.
- **Colaboração:** a Intervenção Psicossocial requer a colaboração dos diferentes agentes envolvidos, compartilhando e contribuindo com as diferentes sinergias, perspectivas e conhecimentos.
- **Agilidade:** a Intervenção Psicossocial busca aprimorar os pontos fortes e melhorar os aspectos organizacionais para gerenciar mudanças e tomar decisões de maneira rápida e eficaz.





# CRISE DO COVID-19



PROTEGER-NOS FRENTE AO VÍRUS,  
AJUDAR OS DESFAVORECIDOS E SAIR DESTA  
CRISE. **TU FUNDACIÓN ESTÁ CONTIGO  
PARA ALCANÇAR ESSAS METAS**

TEXTO **REDAÇÃO O MUNDO DA MAPFRE** FOTOGRAFIA **Fundación MAPFRE**

Quando a ameaça do COVID-19 surgiu, além de implementar os planos de contingência para a continuidade dos negócios, surgiram rapidamente preocupações lógicas sobre como ajudar, como prestar ou receber ajuda psicológica, como doar recursos para a sociedade, como contribuir para a reconstrução dos países... Não foi necessário acionar os alarmes, desde o primeiro momento tu Fundación já estava trabalhando nisso. **Te contamos aqui como 35 milhões de euros estão sendo investidos**



# NÓS TE ACOMPANHAMOS. COMPARTILHE. CONTE-NOS

-  [fundacionmapfre.org](http://fundacionmapfre.org)
-  [twitter.com/fmapfre](https://twitter.com/fmapfre)
-  [facebook.com/FundacionMapfre/](https://facebook.com/FundacionMapfre/)
-  [instagram.com/fmapfre/](https://instagram.com/fmapfre/)
-  [youtube.com/user/Fundacionmapfre](https://youtube.com/user/Fundacionmapfre)
-  [open.spotify.com/user/](https://open.spotify.com/user/)

**“A luta contra o coronavírus engloba todos os setores da sociedade. Instituições como a Fundación MAPFRE são, mais do que nunca, convocadas a agir, com medidas solidárias que promovam a coesão social e a igualdade de oportunidades”,** destacou Antonio Huertas, orgulhoso do compromisso social da MAPFRE e da sua Fundación.

Diante da situação de emergência gerada pela expansão mundial do coronavírus, a Fundación MAPFRE pôs as mãos à obra rapidamente. A tabela a seguir resume as 12 principais ações implementadas e indica como elas foram classificadas de acordo com o orçamento e o grau de urgência para a execução de cada projeto.

## AÇÕES DA FUNDACIÓN MAPFRE CÓNTRA O COVID-19

### DOAÇÃO CSIC 5 MILHÕES DE EUROS

**#6.** Apoio à pesquisa de vacinas desenvolvida pelo Centro Nacional de Pesquisa Científica (CSIC)

### COMPRA DE MATERIAIS SANITÁRIOS 20 MILHÕES DE EUROS

**#2.** Doação materiais médicos para asilos e hospitais

**#3.** Doações internacionais para iniciativas setoriais

### OUTRAS ATIVIDADES 10 MILHÕES DE EUROS

**#1.** Apoio a Idosos através do Voluntariado e outras ações

**#4.** Campanha de arrecadação de doações COVID-19

**#5.** Desenvolvimento e fabricação de respiradores automáticos

**#7.** Plano de assessoramento e apoio a trabalhadores autônomos

**#8.** Assistência psicológica telefônica/online para os parentes de falecidos

**#9.** Programa de pequenas ajudas para pequenas entidades sociais

**#10.** Campanha de apoio escolar

**#11.** Auxílios para a fabricação de EPIs (telas...) para doar aos profissionais de saúde e demais pessoas expostas ao COVID-19 devido ao seu trabalho

**#12.** Arojeto Accedemos. Recuperar e promover o emprego depois da normalização

## A PESQUISA CIENTÍFICA, UMA PRIORIDADE

Como medida de ação imediata, a Fundación MAPFRE doou um total de **5 milhões de euros ao Conselho Superior de Pesquisas Científicas (CSIC) da Espanha para acelerar as pesquisas relacionadas ao coronavírus SARS-CoV-2, a causa da pandemia do COVID-19** e, assim, lutar contra a doença. Essa ajuda permitirá ao CSIC realizar um estudo abrangente dessa pandemia, aprofundar seu conhecimento sobre o vírus e seus mecanismos de transmissão e promover não apenas uma vacina contra ele, mas também uma base científica para melhor proteger a população contra futuras pandemias.

Na mesma linha de apoio à pesquisa e na falta de abastecimento desses dispositivos, a Fundación também financiou o desenvolvimento e a fabricação de um protótipo de respirador que presta assistência aos casos mais graves de COVID-19. O dispositivo foi projetado por **The**



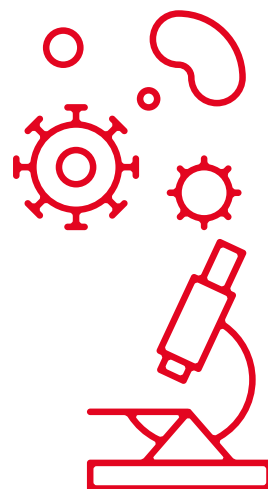
**Open Ventilator**, uma equipe de pesquisadores espanhóis, graças ao apoio da Universidade Rey Juan Carlos y Celera (uma rede de jovens talentos dedicados à pesquisa), e obteve autorização para seu teste em pacientes pela Agência Espanhola de Medicamentos e Produtos de Saúde nos primeiros dias de abril. O projeto permite verificar sua eficiência e, posteriormente, fabricá-los a baixo custo e sem lucro. Nas palavras de seu coordenador de produtos, Álvaro Gallego, “estamos convencidos de que o The Open Ventilator apresenta o mix técnico-médico mais completo e seguro. De

fato, fomos a primeira equipe a ser aprovada pelas autoridades sanitárias espanholas”.

Outra contribuição da Fundación MAPFRE na Espanha consistiu em fornecer materiais a voluntários da Universidade Francisco Vitoria e da empresa E-Rescue, para que pudessem fabricar quase 50.000 equipamentos de proteção individual, como viseiras e máscaras, que estão sendo distribuídos entre os profissionais de saúde e pessoas expostas ao coronavírus.



 **VÍDEO DO  
OPEN  
VENTILATOR**  
EM NOSSA  
EDIÇÃO  
DIGITAL





### 20 MILHÕES DE EUROS EM MATERIAL SANITÁRIO PARA 27 PAÍSES

A rápida expansão da pandemia pegou os serviços de saúde da maioria dos países desprevenidos e com um problema sério de escassez de materiais essenciais para combater essa emergência. Por esse motivo, a Fundación MAPFRE doou um total de 20 milhões de

euros para 27 países para a aquisição de equipamentos e materiais médicos, de proteção sanitária e respiradores, bem como para a abertura de unidades médicas de emergência, hospitais de campanha e para a realização de testes PCR para a detecção de COVID-19.

Deste modo, em cada país foram desenvolvidas ações diferentes. Aqui estão alguns exemplos, mas existem muitos mais:

- **No Peru**, e em colaboração com a Associação Peruana de Seguradoras (APESEG), foram doados um total de **160 respiradores**.
- **No Brasil**, juntamente com o Hospital Albert Einstein, em São Paulo, foram instaladas **10 unidades de terapia intensiva (UTI)** em um novo hospital de campanha.
- **Na República Dominicana**, em colaboração com o Centro Financeiro BHD León, foi realizada uma doação ao Ministério da Saúde Pública para realizar **28.000 testes PCR** gratuitos para a detecção de COVID-19.

Além disso, na Espanha, os seguintes materiais foram distribuídos para asilos e lares de idosos, hospitais e entidades de assistência social:

- **150 respiradores** (50 na Espanha e 100 na América Latina)
- **100.000 máscaras FFP2**,
- **525.000 máscaras cirúrgicas**,
- **3.000 óculos de proteção**,
- **130.000 aventais descartáveis** e
- **750.000 luvas de nitrilo**

Mas os materiais de proteção pessoal não são os únicos itens prioritários nos dias atuais. Por isso, a Fundación MAPFRE também financiou dois equipamentos portáteis de desinfecção para a Polícia Nacional da Espanha. Essas unidades, avaliadas em 15.000 euros, são baseadas em uma tecnologia de ponta, projetada pela Universidade de Alcalá de Henares, capaz de dispersar um desinfetante em partículas ultrafinas, do mesmo tamanho do coronavírus, permitindo uma desinfecção muito mais eficaz e completa do que aquela que pode ser alcançada pelos meios convencionais.



### AJUDA AOS MAIS DESAVORECIDOS

A cessação da atividade presencial nas escolas também revelou a vulnerabilidade dos mais pobres, uma vez que as famílias com menos recursos são as que mais sofrem com o impacto dessa crise. Por esse motivo, a Fundación MAPFRE está trabalhando em aspectos fundamentais como a alimentação e o apoio escolar.



No programa Sé Solidario, tu Fundación concedeu novos micro auxílios (de até 2.000 euros por auxílio) para pequenas entidades sociais em toda a Espanha, como a **Asociación Mi Princesa Rett, Fundación Ana Carolina Díez Mahou, Fundación Tengo Hogar, Cáritas Diocesana e Altamar**, que foram usados para a aquisição de itens de primeira necessidade, como alimentos e produtos de limpeza e de higiene pessoal.

Uma vez normalizada a situação de alarme, a Fundación planeja destinar 200.000 euros para o lançamento de uma campanha solidária que permitirá que os alunos em risco de exclusão social recebam materiais escolares para o início do novo ano letivo.



### ENCONTRAR ALÍVIO NA DOR

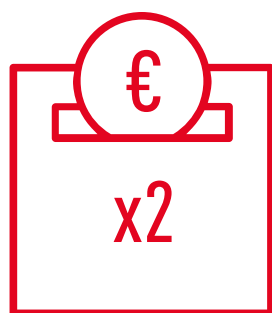
A carga emocional que muitas pessoas estão sofrendo atualmente é muito alta. Perder um familiar e não ser capaz de dizer adeus a ele faz com que a dor, que já seria difícil em circunstâncias normais, seja ainda mais intensa. Por esse motivo, a Fundación MAPFRE, em colaboração com o Grupo Luria e a Associação Nacional de Serviços Funerários da Espanha, lançou **um plano de ajuda psicológica para pessoas que perderam um membro da família devido ao coronavírus**. Psicólogos e especialistas em luto do Grupo Luria prestam, por telefone, assistência às famílias mais afetadas e farão o acompanhamento necessário para garantir que se recuperem. Como comenta um desses especialistas: “Não

existe uma receita para todos, o que faz com que nos adaptemos à pessoa e suas circunstâncias, sabendo como cada pessoa vive essa carga emocional. Nós as ajudamos a buscar alívio e as fazemos entender que, embora seja um processo difícil, é também um momento necessário e natural.”



## APOIO E ASSESSORAMENTO PARA AUTÔNOMOS E PMES

Recuperar e promover o emprego também é um dos objetivos prioritários deste extraordinário pacote de medidas que a Fundación executará ao longo de 2020 por meio do **Accedemos**, seu programa de emprego para trabalhadores autônomos e pequenas empresas. E como medida imediata no início da crise, em colaboração com a Federação Nacional das Associações de Trabalhadores Autônomos (ATA), a Fundación MAPFRE lançou um plano de assessoramento por telefone para trabalhadores autônomos. Também foram dados conselhos práticos sobre como realizar procedimentos administrativos, solicitar ajuda financeira, empréstimos e diferimentos de impostos, entre outros..



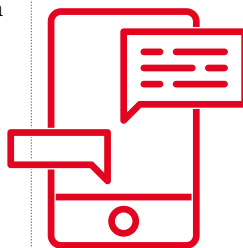
**“AGORA, POR ELES.”  
SUA DOAÇÃO VALE  
O DOBRO COM A  
FUNDACIÓN MAPFRE**

Qualquer pessoa interessada em fazer uma doação para aliviar esta crise pode fazê-la através da campanha de microdoações lançada pela Fundación, como foi feito em outros momentos de emergência. Através do programa **Sé Solidario**, a entidade dobrou cada contribuição até um máximo de 300.000 euros. O dinheiro arrecadado foi utilizado para cobrir as necessidades urgentes de idosos sozinhos e com precariedade econômica e de saúde em coordenação com a Confederação Espanhola de Organizações de Idosos.

## VOZES E FLORES AMIGAS

Dentro de seu programa de voluntariado, destaca-se o projeto **Una Voz Amiga**, cujo objetivo é fornecer um apoio telefônico humano e emocional a idosos solitários e que estão isolados em suas casas. Esta iniciativa foi lançada em colaboração com o Grupo Senda e graças ao trabalho de voluntários.

E com a ideia de sensibilizar as crianças ante a situação que estamos passando, foi lançada a iniciativa **Una Flor para Nuestros Mayores** (Uma Flor para Nossos Idosos, em português) para filhos de voluntários que, desde suas casas, puderam fazer flores reciclando materiais comuns existentes em nossos lares. Essas flores, uma vez terminado o período de confinamento, serão vendidas em mercados beneficentes da Fundación para apoiar projetos sociais voltados para idosos.



## DEPOIMENTO

# #FM CONTIGO

**“DEDICAR  
UM POUCO DE TEMPO  
AOS NOSSOS  
IDOSOS NOS  
ENRIQUECE”**

Uma voluntária da Fundación MAPFRE resume com essas palavras o quão gratificante foi essa experiência para ela. Ela também destacou como as pessoas que receberam sua ligação foram surpreendidas e agradeceram muito quando descobriam que era uma ação completamente altruísta e voluntária. Mas nas palavras da nossa voluntária “isso nos enriquece”.







## VER E COMPREENDER A ARTE, AGORA EM CASA

Já que a maioria das pessoas permaneceram em suas casas e, assim, impediram uma disseminação ainda maior do coronavírus, vários planos foram lançados para que crianças e adultos pudessem aproveitar conteúdos e atividades das exposições e coleções da Fundación.

### Nossas coleções:

“Um dia, uma obra” apresenta uma seleção de nossas obras ligadas a fragmentos literários, citações ou poemas.

Assim, *The Sleeping Girl* de Egon Schiele está relacionada ao poema de Pedro Salinas, *La voz a ti debida*, 1933.

*“Perdoe-me por seguir assim, buscando-te tão desajeitadamente, por dentro  
Perdoa-me a dor, algum dia  
É que eu quero tirar de ti o melhor tu.  
Aquele que não viste e que eu vejo,  
Nadando no teu interior;  
preciosíssimo”.*

A seção **Atividades para crianças** propõe atividades para compartilhar com os menores, para liberarem sua criatividade, criando, por exemplo, uma escultura no estilo de Giacometti.

Em **Promova a sua criatividade**, a Fundación aborda uma ampla variedade de temas, desde escrever uma pequena história ou um poema, até capturar suas próprias emoções ou a emoção de familiares em uma fotografia. Outra maneira de ver e entender a arte.



A série de conferências que a Fundación organizou nos últimos anos pode ser disfrutada na nova seção **‘Conferencias a la carta’**.

Além disso, a **Fundación MAPFRE lançou o concurso #DibujaMiró em seu perfil do Instagram**. Toda semana, estamos publicando uma imagem de uma obra do pintor catalão para que crianças de até 10 anos possam fazer sua própria interpretação e seus pais a enviem para a rede. Um júri escolherá semanalmente o trabalho vencedor, que receberá um vale-presente de 100 euros.

**Egon Schiele**  
*The Sleeping Girl*  
© Coleções Fundación  
MAPFRE

Oficina infantil Miró.  
Madrid, 2020

## CUIDAR DE VOCÊ, SEMPRE UMA PRIORIDADE PARA TU FUNDACIÓN

Tu Fundación também incluiu em seu plano digital, para crianças e adultos, **conteúdos educativos sobre segurança viária** e para evitar **lesões não intencionais em casa**.

Dicas sobre bem-estar emocional, físico e de alimentação saudável nessas circunstâncias específicas (por exemplo, como diferenciar a fome real da fome de ansiedade ou como comer menos sem contar calorias) são alguns dos conteúdos que podem ser consultados. Dicas sobre como trabalhar em casa e uma análise das leis que regem o funcionamento das emoções, uma vez que elas nos acompanham por toda a vida e ninguém nos ensina a lidar com elas, estão ajudando a gerenciar os momentos difíceis que estão sendo vividos a nível individual e familiar. Além disso, diretrizes sobre **como lidar com conflitos** que possam surgir nesta estreita convivência e vídeos curtos sobre resiliência e **relacionamentos interpessoais saudáveis** complementam esta seção saudável.



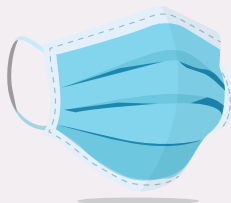
# RECICLAR

em tempos  
de **coronavírus**



## Onde descartar luvas e máscaras?"

esses resíduos devem ser descartados em **LIXEIRAS** ou **CONTÊINERES DESTINADOS AOS ORGÂNICOS**.



### Máscaras

**SEMPRE DEVEM SER DESCARTADAS  
NO CONTÊINER DE ORGÂNICOS**

Se possível, use máscaras reutilizáveis,  
mas confira se são certificadas à proteção  
da COVID-19



### Luvas

**SEMPRE DEVEM SER DESCARTADAS  
NO CONTÊINER DE ORGÂNICOS**

**NUNCA NO DE EMBALAGENS PLÁSTICAS.**



### Lenços de papel

**USO ÚNICO E DEVEM SER DESCARTADOS  
NO CONTÊINER DE ORGÂNICOS**

**NUNCA NO DE RESÍDUOS DE PAPEL.**



### Recipientes de álcool em gel

**DEVEM SER DESCARTADAS  
NO CONTÊINER DE EMBALAGENS DE PLÁSTICO**



# O MUNDO DA MAPFRE

## #107

