

Passe para a ação!

SEMANA MAPFRE DA
SUSTENTABILIDADE

CESVIMAP E O CARRO
AUTÔNOMO

42 QUILÔMETROS
DE CONFIANÇA

O MUNDO DA MAPFRE #112





LA PARTE QUE NOS TOCA

En MAPFRE cuidamos de las personas
y del medioambiente hoy,
para asegurar el futuro mañana.

#LaParteQueNosToca

Descubre qué estamos haciendo para asumir
la parte que nos toca en [MAPFRE.com](https://www.mapfre.com)



MAPFRE

Tu aseguradora global de confianza

Passe para a ação!

O DADO

NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS,
A MAPFRE PAGOU MAIS DE

2.150

**MILHÕES DE EUROS
EM DIVIDENDOS**

NA ESPANHA, AGORA É POSSÍVEL INCREMENTAR
ESSA **VINCULAÇÃO EMOCIONAL COM A MAPFRE E
OBTERMOS BENEFÍCIOS ECONÔMICOS** DA EVOLUÇÃO
FUTURA DA EMPRESA **MEDIANTE A PERCEPÇÃO DO
DIVIDENDO E DE MELHORIAS FISCAIS**

Você certamente sentiu curiosidade e vontade de abrir a revista que tem nas mãos quando leu a manchete e quer saber como pode passar para a ação. Já sabe que somos uma das empresas com maior índice de orgulho de pertencer. E agora é possível incrementar essa vinculação emocional com a MAPFRE e nos beneficiar economicamente pagando menos impostos e fazendo parte da evolução futura da empresa mediante a percepção do dividendo. Contamos tudo no artigo de capa e, se tiver dúvidas, poderá realizar sua consulta no Autosserviço do Funcionário.

Além disso, os 33.000 funcionários da MAPFRE vivemos juntos este ano uma experiência única: a Semana MAPFRE da Sustentabilidade. Não perca a ampla informação sobre os cinco dias vivenciados em junho com os cinco temas dedicados a todos os âmbitos da sustentabilidade. Pela primeira vez, e sendo um evento virtual, conseguimos nos unir a quaisquer das propostas programadas pelos países participantes na Semana MAPFRE.

Nossos PROTAGONISTAS deste número são os colegas que em 2020 continuaram atendendo ao público de forma presencial, durante as difíceis circunstâncias dos primeiros meses do confinamento causado pela pandemia. Eles ficam com os bons momentos, com a confiança dos clientes e com a segurança oferecida pela MAPFRE em todo momento.

E falando em confiança e da COVID, não perca estes dois artigos: um dedicado à campanha Quilômetros de Confiança MAPFRE, nada menos do que 42 quilômetros de segurança, camaradagem, confiança e superação, e o segundo apresentando o mundo do seguro em um cenário pós-covid.

Além disso, olhando para o futuro e para a inovação, comentamos como o centro de P&D da MAPFRE, o CESVIMAP, lidera uma iniciativa inovadora para reduzir as falhas das tecnologias de percepção no ambiente dos automóveis sem motorista, os famosos e comentados carros autônomos.

Finalmente, mas não menos importante, falaremos de Natureza, com maiúsculas. Por um lado, os riscos que implica a mudança climática e sua influência nos desastres naturais. E, pelo outro, sua incontestável influência no bem-estar físico e mental.

QUADRO DE PESSOAL

Presidente do Conselho Editorial
Ignacio Baeza

Diretor
Javier Fernández González

Colaboraram nesta edição
Javier Fernández, Enrique Vega, Sara
Elena Torres Hortal, Manuel Bellido,
Eduardo Sánchez Delgado, Nuria del
Olmo e Violeta Mateo

Edição
Violeta Mateo Román

Edita
Diretoria de Comunicação da MAPFRE

Design e diagramação
Moonbook

Imagem de capa
Freepick

Distribuição
Editorial MAPFRE, s.a.
Ctra. Pozuelo, 52
28222 Majadahonda, Madri
Fone: 91 581 53 59
comunicacion@mapfre.com

Impressão
Gráficas Monterreina

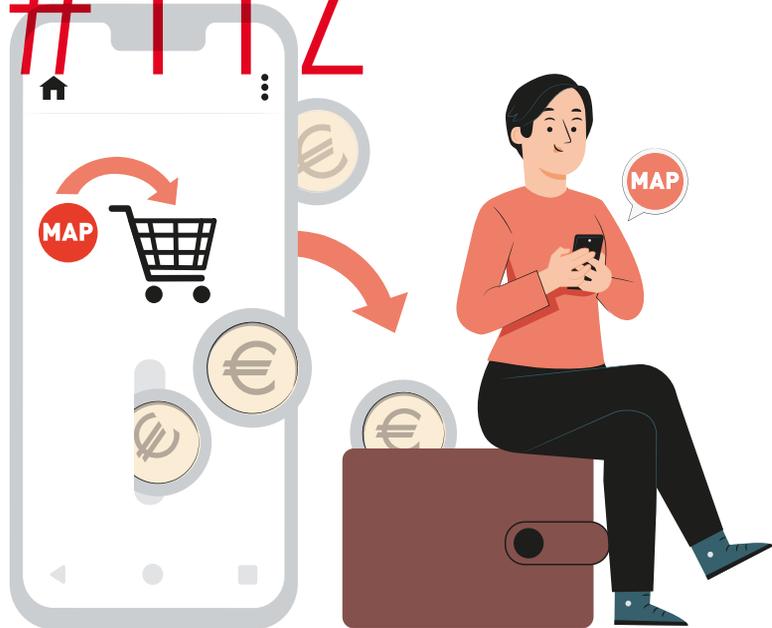
Depósito Legal
M.L.017-1993

ISSN
1132-9068

AVALIE NOSSOS ARTIGOS EM
www.elmundodemapfre.com

ESPERAMOS SEUS COMENTÁRIOS
EM NOSSA EDIÇÃO DIGITAL

#112



06 MAPFRE HOJE

Passé para a ação. Chega a oportunidade de incrementar a conexão emocional com a empresa vinculada ao seu futuro.

14 EU SOU A MAPFRE

Semana MAPFRE. Contamos como vivemos juntos o que representa a sustentabilidade na MAPFRE.

22 Concurso de criatividade.

Conheça as obras vencedoras e seus autores!



MIXTO
Papel procedente de
fuentes responsables
FSC® C014381

24

PROTAGONISTAS

Passe, a porta está aberta.
Atendemos nossos clientes durante a pandemia também de forma presencial. Nossos PROTAGONISTAS contam suas experiências.

32

DESCUBRA

42 quilômetros de confiança.
Oito pessoas, um desafio.



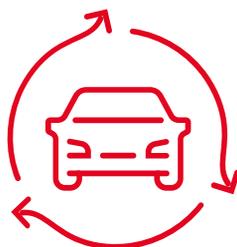
38

Mudanças nos hábitos de consumo de seguros em um cenário pós-covid.

42

INOVAÇÃO

O carro autônomo do CESVIMAP. Conheça este projeto pioneiro para comprovar na estrada os riscos que criam os sensores e os radares dos veículos sem motorista.



48

SUSTENTABILIDADE

Entrevista com Juan Satrustegui. Falamos com nosso especialista em Riscos de Natureza sobre os desafios do setor segurador para reduzir os efeitos da mudança climática.

52

ESTAR BEM

Experimente os benefícios que a natureza, nossa fonte de vida, coloca ao alcance de suas mãos.



58

SUA FUNDAÇÃO

Outono de exposições.

 **AMPLIE AS INFORMAÇÕES EM NOSSA EDIÇÃO DIGITAL**



PASSE PARA A AÇÃO

TEXTO **JAVIER FERNÁNDEZ** | IMAGENS **FREEPICK**

A empresa deseja incrementar a vinculação dos funcionários com o benefício futuro da empresa. Ser acionista, proprietário de uma parte da MAPFRE, é uma maneira de incrementar a conexão emocional dos profissionais que trabalham para esta empresa, ao mesmo tempo que também é o caminho para nos beneficiar desde o primeiro momento com o dividendo utilizado pela MAPFRE para retribuir a confiança dos acionistas: uma vantajosa rentabilidade superior a 5 % nos últimos anos.



MAP

**PÁSATE
A LA ACCIÓN** MAP

**10 RAZONES
PARA APROVECHAR
ESTA OPORTUNIDAD**



VOCÊ QUER PASSAR PARA A AÇÃO?

Os artigos sobre impostos publicados nos meses de dezembro costumam ter índices de leitura muito elevados, especialmente se a abordagem são conselhos para pagar menos no imposto de renda. Lembram que, ao adotar certas decisões, como assinar ou contribuir para um fundo de pensões ou outro tipo de planos, como na Espanha os PPA, ou fazer uma amortização da hipoteca antes do final do ano, você poderá ter maior devolução no imposto de renda ou pelo menos menor tributação. São possibilidades legais especialmente interessantes para os trabalhadores que tributam pela totalidade de suas receitas do trabalho.

Na Espanha, exceto no País Basco, outra das opções talvez menos conhecida é destinar parte do salário para a compra de ações de sua própria empresa e/ou recebê-las mediante planos organizados pelas companhias cotadas, para incrementar a vinculação dos funcionários com o benefício futuro da empresa. Nesses casos, a atual legislação estabelece que a retribuição com a entrega de ações de sua empresa reduz o número bruto da renda anual e, portanto, o empregado pagará menos no imposto de renda, ao tempo que as ações entregues pela empresa como incentivo também estarão isentas, sempre que sejam cumpridas determinadas condições.



COMO FUNCIONA?

Devido às condições estabelecidas na atual legislação tributária espanhola, a campanha é apenas realizada para funcionários do Grupo na Espanha e está aberta, de maneira voluntária, a todos aqueles que, no próximo 1 de outubro, tenham como mínimo um ano de antiguidade na empresa. Se este é seu caso, no início da campanha de assinatura você receberá um correio em que será oferecida esta oportunidade.

O prazo de inscrição através do Autosserviço é exclusivamente de 1 de outubro a 30 de novembro de 2021. Sua oportunidade é agora porque, por enquanto, não está prevista a ampliação da campanha para os próximos anos.

O único que você deve decidir, se considera que é uma oferta interessante, é que parte de sua retribuição anual atribuirá cada mês diretamente de seu salário para a compra de ações da MAPFRE. O mínimo são 300 euros anuais, 25 euros mensais, e o máximo previsto pela legislação 12.000 euros anuais, 1.000 mensais. A partir daí, e através de uma conta de títulos no MAPFRE INVERSIÓN, a empresa entregará a cada mês as ações correspondentes à quantia que tenha selecionado durante os 12 meses de 2022, que é o período de entrega.

As ações que receberá a cada mês serão suas, e isto dá direito a começar a receber o dividendo futuro, que será determinado pelo Conselho de Administração em cada momento. Também tem a possibilidade de vendê-las quando desejar, mas o benefício fiscal é condicionado a um período de permanência de pelo menos três anos a partir da data de compra de cada uma das ações.



MAPFRE OFERECERÁ UMA AÇÃO GRÁTIS POR CADA DUAS AÇÕES QUE VOCÊ COMPRAR

Adicionalmente ao benefício tributário de pagar menos impostos, a MAPFRE promoverá a adesão a este plano entregando uma ação grátis por cada duas que o funcionário tenha comprado e mantido em seu poder até 31 de março de 2023. A empresa destinou 4 milhões de euros para esta finalidade, número que, em princípio, será suficiente, apesar de que poderia haver um rateio se a demanda de adesões for muito elevada. Estas ações entregues pela MAPFRE no decorrer de maio de 2023, também serão suas a partir desse momento, e poderá fazer com elas o que você considerar, lembrando que a legislação fiscal estabelece um tempo de permanência de três anos desde o momento da compra ou entrega. Para promover que os benefícios deste Plano alcancem o máximo número de funcionários, o incentivo de uma ação grátis por cada duas entregues é limitado acima dos primeiros 8.000 euros de salário bruto anual destinados à compra, apesar de que para o incentivo fiscal a legislação permite alcançar os 12.000 euros anuais de retribuição mediante títulos da empresa.

RECEITAS, INVESTIMENTO, ECONOMIA FISCAL, AÇÕES GRÁTIS E TOTAL AÇÕES

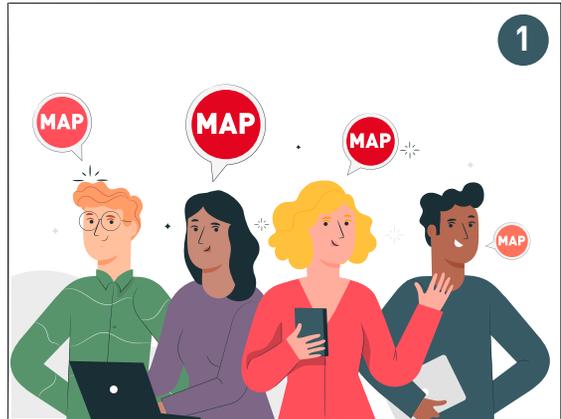
Uma pessoa com salário bruto de 24.000 euros anuais que decida destinar a cada mês 25 euros (300 anuais), no final do período terá evitado quase 90 euros em impostos, terá comprado 144 ações e terá recebido 72 ações grátis por parte da MAPFRE. Isto é, destinando 25 euros ao mês, 300 euros anuais, obterá entre ações e redução de impostos um retorno de 231 euros e, além disso, contará com 216 ações. Enquanto mantenha esses títulos, receberá o dividendo anual da MAPFRE.

Com esse mesmo salário, se destinasse 50 euros ao mês à compra de ações, terá investido 600 euros ao ano e obterá um retorno de 470 euros. Além disso, terá 444 ações e, enquanto mantenha esses títulos, receberá o dividendo anual da MAPFRE.

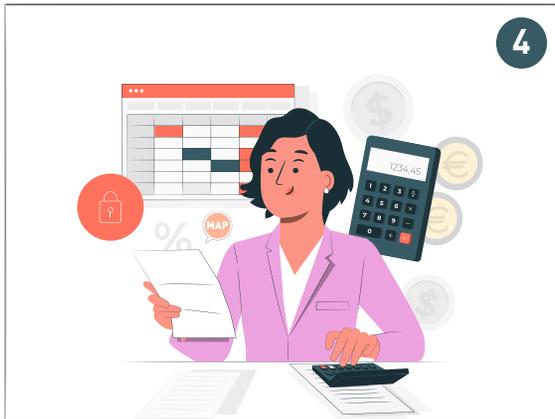
Uma pessoa com salário bruto de 40.000 euros anuais que decida destinar a cada mês 100 euros (1.200 anuais), no final do período terá evitado quase 445 euros em impostos, terá comprado 600 ações e terá recebido 300 ações grátis por parte da MAPFRE. Isto é, destinando 100 euros ao mês, 1.200 euros anuais, obterá entre ações e redução de impostos um retorno de aproximadamente 1.050 euros e, além disso, enquanto mantenha esses títulos, receberá o dividendo anual da MAPFRE.

RECEITAS (€/ANUAL)	INVESTIMENTO (€/MENSAL)	(€/ANUAL)	ECONOMIA FISCAL (€/ANUAL)	AÇÕES GRÁTIS/ANUAL	TOTAL AÇÕES/ANUAL
24.000	25	300	231	72	216
	50	600	470	148	444
40.000	100	1.200	445	300	900





POSIBILIDAD ÚNICA Y VOLUNTARIA de ser partícipe de la evolución de MAPFRE, recibiendo parte de tu remuneración en forma de acciones, lo que reduce tus impuestos y, cada año, percibiendo el **DIVIDENDO** para los accionistas.



EL IMPORTE NO SE PODRÁ MODIFICAR y tendrás que **MANTENER LAS ACCIONES** sin venderlas hasta el 31 de marzo de 2023 para recibir tus acciones gratis.



En mayo de 2023, **MAPFRE TE ENTREGARÁ 1 ACCIÓN GRATIS POR CADA 2 ADQUIRIDAS** (hasta los primeros 8.000 euros).



LA OFERTA ESTÁ PREVISTA UNA SOLA VEZ y solo para España, que es donde la actual legislación permite este beneficio fiscal*.

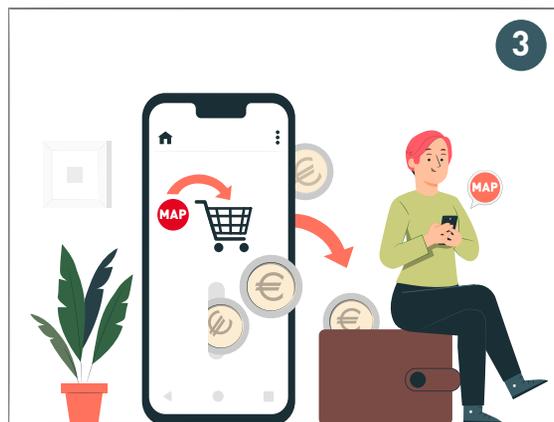
*Excepto en los territorios forales vascos.



LOS ÚNICOS REQUISITOS son tener antigüedad superior a 1 año con fecha 1/10/2021 y estar empleado en el Grupo MAPFRE en España.



EL PLAZO ES AHORA, del 1 de octubre al 30 de noviembre, y las acciones se percibirán mensualmente a lo largo de 2022.



El **MÍNIMO** que puedes destinar son **300€** (25€/ mes) y el **MÁXIMO**, **12.000€** (1.000€ mensuales).



EL PROCESO ES SENCILLO, SE ABRE MEDIANTE EL AUTOSERVICIO y carece de gastos de administración y custodia de los títulos. MAPFRE se ocupa de todo.



PAGARÁS MENOS IMPUESTOS y la entrega de estas acciones está exenta de tributar.



ENTRA EN EL AUTOSERVICIO Y SIMULA TODOS LOS BENEFICIOS que puedes obtener si decides pasarte a la acción mediante una herramienta adaptada a tu retribución anual.



MAPFRE

COMO SEI SE É CONVENIENTE PARA MIM?

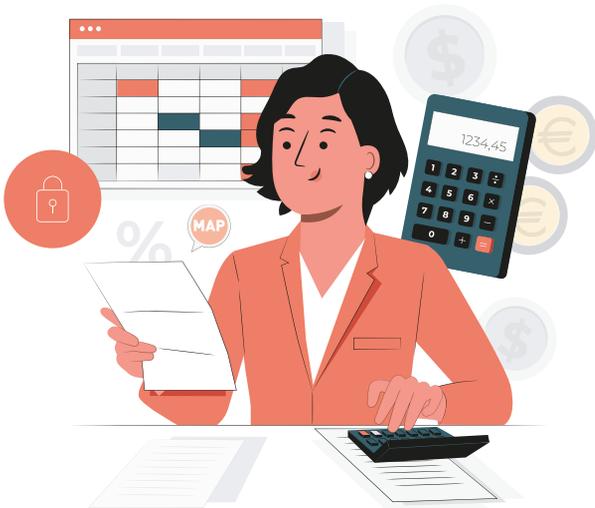
Nas páginas anteriores, apresentamos alguns exemplos “padrão” para observar o benefício fiscal e acionário obtido em função do salário bruto e da quantidade atribuída à participação neste plano. Mas no Autosserviço além de aderir, você também pode simular seu caso concreto e observar o benefício que obterá em função da quantia que deseja investir.

É importante conhecer que a decisão é irreversível, tanto em relação à própria decisão quanto ao valor que decidiu destinar. Só em situações especiais, como desvinculação da empresa, o plano pode ser interrompido.



A RETRIBUIÇÃO EM AÇÕES ESTÁ BASTANTE DIFUNDA

São muitas as empresas que promovem esquemas de retribuição semelhantes para otimizar tributariamente o salário de seus funcionários e avançar na vinculação emocional com os objetivos e a estratégia da companhia. A maioria dos bancos já trabalha regularmente com planos de retribuição assentados em ações e/ou incentivos, que promovem a entrega de seus títulos de bolsa ao quadro de funcionários. Na Espanha, além dos bancos, outras empresas como Repsol, Ferrovial, Telefónica ou Gamesa possuem programas retributivos similares ao agora lançado pela MAPFRE.



RENTABILIDADE ANUAL DA MAPFRE POR DIVIDENDO*



* Rentabilidades passadas não garantem rentabilidades futuras.

ENTREVISTA COM ELENA SANZ,
DIRETORA GERAL DE PESSOAS E ORGANIZAÇÃO

O plano é uma oportunidade para receber um salário emocional da MAPFRE

Por que a MAPFRE lança agora este plano?

Qual é o objetivo?

Somos uma das empresas com maiores índices de orgulho de pertença. O engajamento, o compromisso dos funcionários com a estratégia e os fins da empresa são muito elevados. Ainda assim, desejamos incrementar essa vinculação emocional com a MAPFRE e que os funcionários, que voluntariamente adiram, também se beneficiem economicamente da evolução futura da empresa por meio da percepção do dividendo com que, todo ano e sempre em dinheiro, o acionista é retribuído. Somente nos últimos cinco anos, a MAPFRE pagou mais de 2.150 milhões de euros em dividendos, e sempre em dinheiro, situando as ações da MAPFRE entre as mais rentáveis por dividendo do mercado de bolsa.

Quantos são os funcionários aos quais está dirigido o plano e quantos acredita que decidirão participar?

A oportunidade é para todos os funcionários da MAPFRE na Espanha, incluindo as filiais que consolidam o Grupo. A legislação fiscal promove estes Planos, porém condicionados, entre outros fatores, a uma retribuição realizada exclusivamente mediante títulos da empresa. Portanto, nos dirigimos aos cerca de 11.000 funcionários da MAPFRE na Espanha. Em relação ao número de adesões, insisto em que a oportunidade está aberta a todos os funcionários e foi estabelecido um número mínimo de 25 euros mensais, acreditando que pode ser interessante



para todo tipo de perfis profissionais. Mas não determinamos um objetivo em números, porque participar neste Plano significa receber em ações parte do salário e, apesar de que a cifra mínima mensal é baixa, são decisões pessoais que cada funcionário deve analisar. Para isso, existe um simulador no Autosserviço para estimar o benefício em função da retribuição real que cada pessoa recebe e da quantia que decide receber em ações ao longo de 2022.

Em relação com a gestão de recursos humanos, o conceito de salário emocional foi implantado como modelo de referência perante os esquemas de retribuição basicamente econômica do passado?

Sim, sem dúvida, é possível dizer que o próprio conceito de “recursos humanos” está superado e agora falamos em Pessoas e, no nosso caso, em Organização. A maioria das empresas já trabalha em esquemas de gestão de pessoas com fórmulas de retribuição flexível, que é conhecido como salário emocional, em que a parte econômica é importante, sem dúvida, mas o diferencial está cada vez mais nos benefícios complementares que promovem a vinculação dos funcionários e a companhia. E este plano, que abre a porta para que os funcionários se sintam proprietários da MAPFRE e recebam um salário adicional através de dividendos, é um exemplo claro de vinculação emocional.



semana MAPFRE Sostenibilidad

La parte que nos toca



#MAPFREWeek





VOCÊ PODE ASSISTIR AOS VÍDEOS DA SEMANA MAPFRE NA NOSSA EDIÇÃO DIGITAL

A Sustentabilidade, protagonista no retorno da Semana MAPFRE

TEXTO SARA ELENA TORRES HORTAL | IMAGENS MAPFRE

A sustentabilidade é um desafio fundamental de nosso tempo. Se queremos ter um futuro, as empresas, e especialmente as pessoas que as construímos, é preciso gerar uma nova cultura da sustentabilidade fundada nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável marcados pela ONU para 2030. É este um caminho urgente e sem retrocesso, em que devemos assegurar as necessidades do presente sem comprometer as do futuro.

Na MAPFRE temos o compromisso com a sustentabilidade, porque disso depende o futuro de nossa sociedade. Por isso contamos com nosso Plano de Sustentabilidade, um roteiro pelo qual a nossa entidade avança no compromisso com a sociedade para construir um mundo melhor, mais justo, mais igualitário, mais ético, mais próspero, mais limpo e mais seguro.

Nesse contexto, este ano dedicamos nossa Semana MAPFRE à Sustentabilidade. Este evento, realizado entre 7 e 11 de junho, reuniu mais de 33.000 colegas em torno de um objetivo comum: viver juntos o que significa a sustentabilidade na MAPFRE para apoiar este compromisso da empresa e que devemos integrar, tanto no desenvolvimento de nossas funções quanto na vida na companhia.

DEDICAMOS NOSSA SEMANA MAPFRE À SUSTENTABILIDADE, AO NOSSO COMPROMISSO COM A SOCIEDADE PARA CONSTRUIR UM MUNDO MELHOR, MAIS JUSTO, MAIS IGUALITÁRIO, MAIS ÉTICO, MAIS PRÓSPERO, MAIS LIMPO E SEGURO

Precisamos incorporar a sustentabilidade em tudo o que fazemos, sempre pensando no benefício de todos os grupos de interesse.

Para isso, é necessário o envolvimento de todas as pessoas que fazemos MAPFRE. Implicación, que na quinta edição da Semana MAPFRE não só foi vivenciada em sua temática,

mas também em seu formato, porque foi realizado em um ambiente virtual, tanto para continuar protegendo nossa saúde neste tempo de pandemia quanto para maximizar a contribuição da empresa para a melhoria do meio ambiente e o compromisso social, e com isso colaborar com o desenvolvimento sustentável e a Agenda 2030.

Todo ano, a superexploração de recursos cresce de maneira exponencial. Ações como a Semana MAPFRE nos ajudam a tomar consciência de nosso papel fundamental para alcançar um mundo

mais sustentável. Sua participação para isso é imprescindível!

E a Semana MAPFRE chegou! Conhecimento, compromisso e diversão

Cinco dias e cinco áreas de atuação protagonizaram a Semana MAPFRE.

Cinco temas:

Diversidade, Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), Meio ambiente, Saúde e bem-estar, e Investimento Socialmente

Responsável e educação financeira, com a organização de mais de 380 palestras, atividades e/ou conteúdos, e cinco desafios globais.

Contar com um programa tão amplo e diverso, que responde com rigor e entretenimento aos temas da sustentabilidade, é para a MAPFRE o resultado de um trabalho conjunto de todos os países, cujas equipes se envolveram neste evento para torná-lo de interesse para todos os funcionários.

Para isso, contamos com colaboradores de primeiro nível, tanto internos, funcionários, como externos, representantes de renomadas entidades

locais e globais. Todos eles são palestrantes especialistas em suas áreas de atuação que, através de conversas e experiências, apresentaram as chaves para esses cinco âmbitos da sustentabilidade e das transformações que estão experimentando (ver exemplos em páginas 20 e 21).

Juntamente com esses encontros, também aproveitamos os jogos, os treinamentos, as aulas práticas, tutoriais, vídeos e infografias informativas, etc.

Além disso, diferentemente das edições anteriores, em que a maior parte das ações eram locais e só podíamos participar nas do próprio país, em 2021 os funcionários conseguimos compartilhar todas as propostas programadas pelos países participantes na Semana MAPFRE.

Uma grande implementação foi realizada para que todos os funcionários estivessem informados sobre o acesso, a inscrição e a participação. De fato, ainda hoje podemos continuar vivenciando a experiência da Semana MAPFRE através da seção sobre este evento



no Espaço Pessoas da intranet em: **MAPFRE me cuida-Semana MAPFRE**

Qual é a contribuição dos ODS e da diversidade para o compromisso da MAPFRE com a sustentabilidade?

A MAPFRE está comprometida com a Agenda 2030 e seus 17 ODS, com os quais trabalha para superar importantes desafios relacionados à igualdade, à diversidade, à justiça, à saúde, à educação, ao crescimento e ao planeta. A nossa empresa colabora na divulgação e conhecimento dos ODS e na visibilidade daqueles que são prioritários para a MAPFRE, sabendo que, devido à inter-relação dos ODS, a contribuição indireta do Grupo para a concretização destes desafios é muito maior.

A gestão da diversidade em todos os seus âmbitos, **gênero, deficiência, geracional, cultural e LGBTI+**, contribui para a consolidação de um ambiente em que as pessoas se

sintam integradas, promovendo a igualdade de oportunidades, a cultura do respeito e o desenvolvimento de talentos com base no mérito. Somente com um quadro de funcionários diverso e inclusivo conseguiremos estar conectados com a sociedade.

Ao longo da Semana MAPFRE foram realizadas mais de vinte atividades relacionadas com os ODS e um total de 55 dedicadas à diversidade. Por exemplo, o ciclo de filmes organizados na Venezuela, Como o empreendimento transforma a vida das mulheres e a sociedade em que vivem (Brasil), Empoderamento feminino junto à ONU Mulheres (Equador), Língua de sinais (Panamá e Uruguai), o concurso “Faça de seu lar um ODS (Panamá)” ou Easy Recipes and NonToxic Cleaning Demo (Estados Unidos)

Quer lembrar algumas delas?

Os conteúdos que mais interesse despertaram foram os relacionados aos ODS prioritários para a MAPFRE e, em diversidade, os dedicados ao LGBTI e à diversidade em geral.

semana MAPFRE

"Manejo del estrés"

Herramientas prácticas del manejo del estrés, para afrontar las adversidades de la vida a través de la autogestión personal, lo que permite alcanzar los estándares más altos en el desarrollo individual y grupal.

Charla impartida por la Psicóloga Alba Roni Aguilar.

Alba Roni

Palestra "Manejo do estresse"

semana MAPFRE

"Vivir, sentir y apostar por la diversidad"

Carmen Montes
Directora Regional de Inscrita Madrid

Jueves, 10 de junio a las 15:00 (España)

Palestra "Viver, sentir e apostar pela diversidade"

semana MAPFRE

"Lideranza femenina/diversidad de género"

Importancia del empoderamiento de la mujer. Autoconocimiento, integración y posibilidades para reinventarse en el contexto actual.

Charla impartida por Charla impartida por Kelly Valle Rodríguez, Coach Ejecutivo & de Equipos.

Kelly Valle Rodríguez

Martes, 8 de junio a las 09:00 (Nicaragua)
<https://mapfraweb.com/actividad/actividad?id=3323>

Palestra "Liderança feminina/diversidade de gênero"

semana MAPFRE

"Biodiversidad e recursos hídricos en el área del pacífico con enfoque en desarrollo sostenible"

¿Qué hace Mapfre Nicaragua para contribuir con el medio ambiente?

Charla impartida por el Sr. Marvin Tovar quien es Master en Pedagogía y Cambio Climático.

Marvin Tovar

Palestra "Biodiversidade e recursos hídricos na região do Pacífico com foco no desenvolvimento sustentável"



Aproximação ao ISR e à educação financeira

Você é uma pessoa comprometida? Está preocupado com o equilíbrio social, o consumo responsável ou para onde vai o dinheiro economizado? A educação financeira assumiu um papel de liderança como elemento fundamental de estabilidade e proteção. Tanto é assim que, durante a Semana MAPFRE, seus conteúdos estiveram entre os mais acessados.

Com as 15 atividades conseguimos nos aproximamos deste tema e conhecer, por exemplo, como a MAPFRE desenvolve produtos financeiros para apoiar o desenvolvimento sustentável, os denominados fundos de investimento socialmente responsáveis, seu investimento em carteiras que busca mais do que o simples retorno financeiro, ou como cada um de nós pode investir de maneira responsável.

Algumas das propostas organizadas foram: o *escape room* financeiro FINEXIT (Fundación MAPFRE), Aprenda a elaborar seu orçamento e educação financeira (México) ou *Dicas* para

planejar seu futuro financeiro (República Dominicana), Finanças pessoais e planificação de longo prazo (Brasil) ou a palestra sobre Investimento socialmente responsável com José Luis Jiménez, diretor geral de Investimentos, e Alberto Matellán, economista chefe da MAPFRE Inversión.

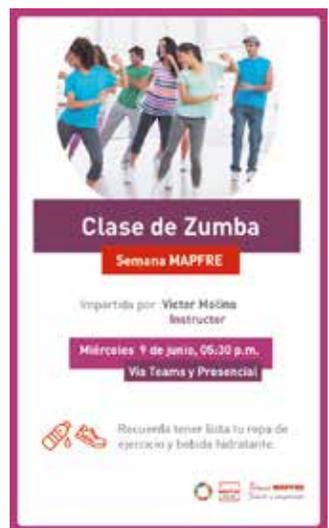
Mergulhamos no que a MAPFRE está fazendo para o meio ambiente!

A MAPFRE está trabalhando em três âmbitos de atuação:

- Na mudança climática, estamos reforçando nossos modelos de análise de riscos ambiental, social e de governança corporativa de forma integral, a partir do negócio e como investidores. Além disso, identificamos oportunidades de desenvolvimento sustentável para o negócio segurador
- Sobre a nossa pegada ambiental, medimos nosso impacto ambiental e estabelecemos objetivos para reduzir as emissões e alcançar a neutralidade de carbono.
- Quando falamos em economia circular,

nosso modelo aposta na redução, reutilização e reciclagem, com o objetivo de estender a vida útil dos resíduos, aumentar seu valor e promover um mercado de matérias-primas secundárias.

Os três temas foram tratados durante a Semana MAPFRE com 86 atividades. Foram algumas delas: Biodiversidade e recursos hídricos na área do pacífico, com uma abordagem em desenvolvimento sustentável (Nicarágua), *How to save the planet – easy home-use tips* (Alemanha), *Climax: I cambi climatici cambiano a storia* (Itália), Acompanhe-nos a plantar uma árvore (Equador), *Kentsel Tarım ve Atıksız Mutfak Atölyesi* (Turquia), a Oficina de boas práticas para plantar em casa com sucesso (Costa Rica), Cuidemos do meio ambiente reduzindo nossa pegada de carbono (Paraguai). Maior interesse recebeu aquelas relacionadas com a biodiversidade.





**MAPFRE Week bugün
Kentsel Tarım ve
Atıksız Mutfak Atölyesi'yle başlıyor!**



**Kentsel Tarım ve
Atıksız Mutfak Atölyesi
EkBicYeic**



Saúde e bem-estar também tiveram um papel de destaque

Cada um de nós é o maior capital que a MAPFRE possui. Por isso, a entidade trabalha para nos oferecer um espaço de bem-estar onde trabalhar, que inclui cuidar de nossa saúde, de nossa qualidade de vida e do relacionamento com nossos colegas.

Na quinta edição da Semana MAPFRE, mais de 200 atividades foram direcionadas para este tema, por exemplo: *Stretching Desk* (Portugal), *Nutrition for a healthy lifestyle* (Malta), *“Ask Julia”* (Alemanha), Atividade física e alimentação (Guatemala), Manejo da ansiedade e da saciedade através da alimentação (Chile), Exercícios de tolerância (Porto Rico), Tecnoestresse, estabeleça uma relação saudável com a tecnologia (Espanha), Ioga do riso (Colômbia). Maior sucesso teve aquelas dedicadas à atividade física, à alimentação e ao bem-estar mental.

Olhando para o futuro

Depois do parêntese do ano passado devido à pandemia, o retorno com força da Semana MAPFRE foi o primeiro

evento global que nos ofereceu a oportunidade para nos encontrarmos novamente e compartilhar momentos especiais em torno de um projeto da MAPFRE. Aproveitamos as ferramentas que esta edição digital forneceu para estreitar laços e fazer conexões com nossos colegas, em qualquer lugar, aprender e aproveitar para, no contexto da Semana MAPFRE, continuar trabalhando em torno de nosso compromisso com a sustentabilidade.

Agradecemos a todos pela participação na Semana MAPFRE! Sem vocês, não teria sido possível!

#AParteQueNosToca

OS DESAFIOS DA SEMANA MAPFRE

A recente edição da Semana MAPFRE foi outra das novidades. A cada dia da semana eram propostos desafios relacionados com os cinco temas e os funcionários participavam enviando suas fotografias e opinando com curtidas. Há muitas fotos e momentos muito divertidos! Entre as fotos enviadas estão:

DIVERSIDADE CULTURAL



Beleza Guatemalteca, traje típico de San Antonio Palopó, município de Sololá

Votar



Mole guatemalteco, uma mistura de banana, chocolate, gergelim e outras espécies, um sabor único

Votar



Traje típico Honduras

SAÚDE E BEM-ESTAR



Lago Matheson

Votar



Wanaka tree

Votar



KEKO TRABALHANDO REMOTO

Votar



Tênis em família ou com amigos, desconexão e diversão

Votar



Meu seriado preferido é Shingeki No Kyojin (ou Ataque aos tit). Cinco estrelas, uma obra-prima >3

Votar



12 de dezembro, dia da Virgem de Guadalupe na Guatemala, as crianças são vestidas com trajes típicos. Traje de Patzicia Chimaltenango

ALIMENTAÇÃO

Postada por **Eglis Lorena Moreno Quijada** 13

AREPA DE CENOURA E CARNE COM VEGETAIS (Venezuela) **Votar**

Postada por **Sergio Mazariegos** 13

Cesta com salada de tomate e azeitona preta, coroadas com frango **Votar**

Postada por **Pablo Kochdilian** 12

Comendo arvorezinhas!

MEIO AMBIENTE

Postada por **Ana Maria Sastre Folguera** 33

Com três camisetas velhas coloridas podemos fazer um mordedor de reciclagem para nosso animal de estimação!! **Votar**

Postada por **Yolanda Martinez Valbuena** 21

Mesinha feita com caixas de madeira de vinho

Postada por **Ana Paula Vieira Marchiori** 6

Boneca fantoche feita com retalhos, botões e aviamentos.

ODS

Postada por **Estela Molinero Quintana** 12

Empoderamento da mulher através da Educação

Postada por **Estela Molinero Quintana** 12

Erradicação da pobreza mediante a Educação **Votar**

Postada por **Eglis Lorena Moreno Quijada** 8

MAPFRE VENEZUELA Apoiando a educação de qualidade e igualdade de oportunidades **Votar**

Garantiremos una educación inclusiva, equitativa y de calidad promoviendo oportunidades de aprendizaje a todos. SOMOS GENTE MAPFRE - VENEZUELA



VISITE NOSSA EDIÇÃO DIGITAL
PARA ACESSAR **TODAS AS**
FOTOGRAFIAS FINALISTAS

CONHEÇA AS OBRAS VENCEDORAS DO CONCURSO DE CRIATIVIDADE E SEUS AUTORES!

A criatividade para nos levar a momentos especiais, carregados de positividade e otimismo. Ela foi o fio condutor da quinta edição do Concurso de criatividade da MAPFRE “O mundo está cheio de coisas impossíveis”.

Com fotos chegadas de 15 países, apresentamos as três fotografias vencedoras e o que seus autores contaram sobre elas.

Nesta quinta edição, o vencedor recebeu 1.000 €/\$, o segundo prêmio era de 750 €/€ e o terceiro de 500 €/€.

Parabéns aos ganhadores, aos finalistas e a todos os que participaram com trabalhos de grande qualidade e criatividade!

Convidamos vocês a conhecer todas as fotografias finalistas. Estão à disposição no Espaço Pessoas da intranet, acessando no banner que incluído na página principal.



PRIMEIRO PRÊMIO

Cor para os meus dias

Miguel A. Palacio Céspedes
(Colômbia)

Qual é esse sentimento de positividade que você quer levar? “Cada dia são desafios e é preciso enfrentá-los positivamente e torná-los realidade”.

SEGUNDO PRÊMIO

“Papai, vou à lua e volto...” Não há impossíveis para as crianças

Ignacio Villarreal (Argentina)

Em que você se inspirou para fazer esta fotografia?
 “A inspiração surgiu das propostas/preocupações de Pedro (meu filho) que está atravessando uma idade em que a imaginação é o motor de seus gracejos”.

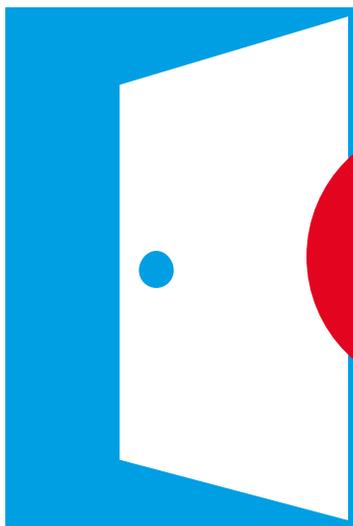
**TERCEIRO PRÊMIO**

A Ponte do Bosque. Os loucos traçam os caminhos que mais tarde percorrem os sábios

Evart Estuardo Boche Alvarado (Guatemala)

Por que você participou no concurso? “Senti a motivação de viver uma nova e ótima experiência, plasmando-a em uma fotografia”.





24/7

PASSE, A PORTA ESTÁ ABERTA

TEXTO **VIOLETA MATEO**
FOTOGRAFIAS **MAPFRE**



Fico com os momentos de confiança criados com clientes e intermediários, aquelas ligações de vendas que se convertiam em terapia.

Ficar de plantão. É uma expressão que vinculamos com hospitais, serviços de emergência, de manutenção... No entanto, também houve plantões na MAPFRE durante os dias mais duros do confinamento em 2020. Nesta revista, já comentamos a adaptação ao trabalho remoto e ao atendimento aos clientes, colaboradores e fornecedores à distância e como foi preciso adotar novas ferramentas na maior velocidade. Mas também foi preciso continuar com o trabalho presencial em circunstâncias difíceis, porque nem sempre há acesso a ferramentas digitais e, em qualquer caso, há serviços que não podem ser desempenhados de outra maneira que não cara a cara. Isto é bem conhecido pelos PROTAGONISTAS deste número, colegas que continuaram atendendo ao público em tão difíceis circunstâncias. Para eles solicitamos que, em poucas palavras, comentassem como foi trabalhar sentindo que estavam colaborando para fazer um mundo melhor.

MERCEDES FUENTES ACERO

ASSESSOR COMERCIAL VIDA-SAÚDE
MAPFRE ESPAÑA

Fico com os momentos de confiança criados com clientes e intermediários, aquelas ligações de vendas que se convertiam em terapia, e que talvez não tenham servido para cobrir objetivos, mas para ajudar uma pessoa a seguir em frente. Muitas vezes, o trabalho consistiu nisso, em apoiar para tudo não desabar.

Fico com a confiança dos clientes, que me permitiram entrar em suas casas, com o valor dos intermediários que procuraram gestões debaixo das pedras e com esses momentos em que, na “segurança” de meu carro, podia respirar sem máscara.

Porque o medo, a insegurança ou a frustração que sentimos nessa etapa fica ali, no passado.

CLAUDIA SANCHEZ GONZÁLEZ

 ANALISTA COMERCIAL
 MAPFRE MÉXICO

É um fato que ter passado uma pandemia mudou a maneira de pensar e viver das pessoas. Até hoje, não conheço nenhuma empresa ou pessoa que não tenha modificado seus hábitos em pró de um bem-estar comum. Muitas vezes, a rotina vai nos absorvendo e o presente vai embora pelas mãos sem percebermos. Acredito que a pandemia nos obrigou a fazer uma pausa no caminho para refletir e valorizar as coisas que realmente importam e, como consequência, sermos pessoas e empresas mais conscientes e presentes.

No início, senti um pouco de relutância em obedecer às medidas de segurança, principalmente no número de pessoas que chegavam para realizar uma gestão, porque chegavam em grupos de 3 ou 4 por família. No entanto, conforme foi passando o tempo, a gente se adaptou às mudanças e isto já não representou um problema.

Também percebi preocupação, porque as solicitações de cotações de produtos de gastos médicos e, em consequência, as vendas desta ramificação, sofreram um incremento.



A pandemia nos obrigou a fazer uma pausa no caminho para refletir e valorizar as coisas que realmente importam.



Sempre estarei agradecido com a MAPFRE, porque continuou nos oferecendo proteção.

GUIDO ISMAEL CABALLERO M.

 EXECUTIVO DE ATENDIMENTO AO CLIENTE
 MAPFRE PERU

Quando em 2020 fui escolhido para continuar com o atendimento presencial, no início voltei com um pouco de medo devido às circunstâncias. Mas graças a todos os protocolos oferecidos aos trabalhadores, rapidamente me senti mais protegido e apoiado respeito da minha saúde. Sempre estarei agradecido com a MAPFRE, porque continuou nos oferecendo proteção.

No começo, não acreditei que ao retornar ao escritório o público comparecesse com uma média regular. No entanto, ele foi crescendo à medida que sabiam que continuávamos com o atendimento. Isso demonstra a confiança que o cliente tem em nós. Também, é preciso mencionar que houve um grande incremento nas solicitações de serviços funerários devido à conjuntura, e observei que o cliente obteve uma maior e melhor cultura no que respeita aos seguros, graças a uma boa coordenação entre as áreas envolvidas.

Finalmente, é gratificante sentir o apoio no lugar onde passamos grande parte do dia e, ao mesmo tempo, nada melhor que oferecendo a maior confiança a nossos clientes.

PAULO MEDINA

**PERITO REGULADOR DE SINISTROS
DE AUTOMÓVEIS E CAMINHÕES
MAPFRE BRASIL**

Há 11 anos, sou inspetor especialista em veículos pesados na MAPFRE Brasil e fui um dos colaboradores que ficou com o público na região Centro Oeste do país no período da pandemia. A experiência vivida foi extremamente importante, não só pela aprendizagem de novas formas de trabalho, mas principalmente porque ensinou a vulnerabilidade dos métodos antigos perante um problema desconhecido a nível mundial que, até hoje, afeta a toda a humanidade. Portanto, devemos permanecer atentos às mudanças de cenário e abertos a enfrentar novos desafios da melhor forma possível. Certamente, minha participação foi fundamental para manter nosso nível de atendimento a clientes e fornecedores de maneira impecável.



Devemos estar atentos às mudanças de cenário e abertos a enfrentar novos desafios da melhor forma possível.



O mais importante era a empatia com nossos clientes e intermediários, demonstrando apoio e prestando o melhor serviço.

MARI CARMEN SALES SALOM

**DIRETORA DO ESCRITÓRIO
MAPFRE ESPANA**

Perplexidade, preocupação, dúvida, medo... aquilo que eu sentia não acontecia somente comigo. Então, sempre com o apoio, e graças à equipe do escritório, entendemos que o mais importante era a empatia com nossos clientes e intermediadores, demonstrando apoio e oferecendo o melhor serviço. Os segurados precisavam ser ouvidos com toda a nossa atenção e colocamos mãos na massa, ainda mais sendo o escritório de plantão durante a pandemia. Até alguns clientes se atreveram a nos fazer uma visita, em um momento em que nossos vizinhos nos levavam café ao escritório, em agradecimento por estarmos lá. Nosso setor cumpre uma missão econômica e social de primeiro nível e esta responsabilidade nos animou a dar o melhor de nós mesmos. Após uma situação como a vivida, permanece o sentimento de orgulho para as pessoas que formamos uma empresa que esteve mais que à altura das circunstâncias.

NADIA R. CARRILLO GALVÁN**ESPECIALISTA DE NEGÓCIO MULTIRRAMIFICAÇÃO.
MAPFRE MÉXICO**

A pandemia, e a consequente crise do confinamento, modificou radicalmente a forma de aproximar os seguros à população. As seguradoras precisaram se reconfigurar para usar em forma eficiente as plataformas digitais para captar, convencer e vender. Todo um desafio. Por isso, foi preciso nos fundamentar não só no conhecimento pleno dos produtos, mas também das ferramentas digitais que serão utilizadas em 100 % nos próximos anos. Assim, desta experiência aprendi que o atendimento personalizado é a coluna vertebral de nossos serviços, a maneira em que a oferecemos, pessoalmente ou através de uma ferramenta digital, não deve representar um detrimento na qualidade e muito menos na imagem da empresa.

Estar na frente com medo e incerteza faz refletir e valorizar o trabalho que é realizado, e o impacto que ele pode ter naqueles que confiam em você. Que os clientes soubessem que contavam com o apoio da MAPFRE, tanto presencial quanto virtual, gerou maior confiança e nem sequer pensavam em quem procurar, pois sabiam que você, nós, a MAPFRE, estávamos ali. Isto reafirma meu sentimento de pertença e minha vocação de serviço.



Que os clientes soubessem que contavam com o apoio da MAPFRE, tanto presencial quanto virtual, gerou maior confiança e nem sequer pensavam em quem procurar, pois sabiam que você, nós, a MAPFRE, estávamos ali.

FREDDY GAMBOA**COORDENADOR TERRITORIAL
MAPFRE MÉXICO**

A MAPFRE é uma grande empresa orientada ao cliente e a nossos intermediários, é um orgulho colaborar com ela e ser participante ativo em um escritório de atendimento ao público durante estes tempos tão complexos por causa da pandemia, oferecendo assessoria e serviço.

Uma das experiências mais satisfatórias durante a pandemia foi poder oferecer apoio a um de nossos segurados no gerenciamento de seu reembolso de gastos médicos pela COVID-19. O segurado argumentou que o padecimento continuava gerando gastos e requeria liquidez para cobrir o pagamento de remédios.

É importante continuar gerando este tipo de ações, para consolidar a confiança dos clientes, parceiros e da sociedade, posicionando-nos como uma empresa de excelência no serviço.

Isto, sem dúvida, é uma amostra palpável da responsabilidade social que sempre caracteriza ao Grupo MAPFRE.



É um orgulho colaborar na MAPFRE e ser participante ativo em um escritório de atendimento ao público.

KIARA SIERRA VILLANUEVA

EXECUTIVA DE ATENDIMENTO AO CLIENTE
MAPFRE PERU

Em 2020 houve a necessidade de nos acondicionarmos aos novos parâmetros dentro das diferentes funções que desenvolvemos.

De minha perspectiva de executiva de atendimento ao cliente presencial, preciso salientar que isto foi difícil nos primeiros meses, não só por fatores como o deslocamento, o medo ao contágio, etc., mas pelo que representava lidar com clientes com carga emocional muito forte. Esta experiência nos ajudou a sermos mais tolerantes e potencializar nossa sensibilidade pelas pessoas.

Agradeço à MAPFRE porque, desde o início, nos ofereceu a segurança e a confiança para ir diariamente ao trabalho e cumprir com os protocolos.

Vamos continuar com os cuidados, pois é um trabalho conjunto pelo bem-estar das pessoas ao nosso redor.



Esta experiência nos ajudou a sermos mais tolerantes e potencializar nossa sensibilidade pelas pessoas.



Toda a equipe seguiu todos os protocolos de segurança e não poupou esforços para continuar atendendo da melhor maneira possível nossos clientes.

ALEXANDRE LUIZ HOY DUBIELLA

COORDENADOR DE INSPEÇÃO DE SINISTROS
MAPFRE BRASIL

Durante o período de confinamento, toda a equipe de peritagem seguiu todos os protocolos de segurança e não poupou esforços para continuar atendendo da melhor maneira possível nossos clientes, mantendo assim um dos principais valores da MAPFRE, que é a vocação de serviço e a equipe comprometida.

Foi um momento difícil, porque nenhum cliente queria prescindir de seu veículo, dada a necessidade de se manter distanciado e afastado das aglomerações, porque o carro se tornou uma ferramenta essencial para conseguir essa distância. Percebemos ainda mais a importância de nosso trabalho para os clientes.

JHASMIN H. CUSIHUAMAN MESCCOEXECUTIVA DE ATENDIMENTO AO CLIENTE
MAPFRE PERU

Foi um grande desafio iniciar os trabalhos presenciais, pois o medo ao contágio ao atender o público chega de alguma maneira. No entanto, pelas minhas crenças, deixei meus medos nas mãos de Deus e me senti animada quando soube que poderia ajudar os clientes que atendesse. Há vários anos que trabalho no mesmo escritório e foi muito gratificante ver que muitos clientes iam e demonstravam sua preocupação por nós, e ficavam felizes ao saber que tudo ia bem. Isto também me permitia lhes desejar tudo de bom a eles e a suas famílias, e que mantivéssemos a confiança em que finalmente tudo daria certo.

Os seguros de automóveis foram os mais solicitados no nosso escritório, porque muitos tinham deixado de pagar pela conjuntura e desejavam retomar.

Nunca deixe que o medo tome conta, mas encha-se de coragem e enfrente o que lhe tocou.



Eu me senti animada ao saber que poderia ajudar os clientes que atendesse.

ARNÓBIA MOURA COELHOASSISTENTE ADMINISTRATIVA
MAPFRE BRASIL

A pandemia representou um risco direto para nossas vidas. No entanto, tivemos a oportunidade de trabalhar tanto em casa quanto no escritório. Com a implantação de um sistema de trabalho que permitia atender a todas as necessidades de nossos clientes e colaboradores, eu tive uma experiência única, porque trabalhei sempre de forma presencial.

Manteve-se um estado mental positivo, realizavam-se reuniões para conseguir que as equipes trabalhássemos alinhadas, a distância já não era uma barreira, porque usávamos a tecnologia em nosso favor e, diante do caos, conseguíamos crescer. Eu cresci muito nesse período.

Tudo contribuiu para que o trabalho fosse desempenhado de forma produtiva diariamente, levando tranquilidade para nossos segurados, colaboradores e fornecedores.

Foi uma das melhores experiências da minha vida, em que foi possível proteger a vida e também manter a segurança pessoal de nossos clientes, transmitir tranquilidade com nossa voz, abraçar através de uma ligação, levar consolo e desempenhar nosso trabalho com excelência para aqueles que tinham um sinistro de trânsito em um momento tão difícil.

Acredito que foi uma época em que, além de crescer, fomos mais sensíveis.



Transmitir tranquilidade com a voz, abraçar através de uma ligação e levar consolo foi uma das melhores experiências de minha vida.



MAPFRE, com seu apoio e as medidas de prevenção que ofereceu, gerou confiança entre seus funcionários e clientes.

ALBERTO ROLDÁN ACEVES
COORDENADOR DE LICITAÇÕES
MAPFRE MÉXICO

É um fato que, em princípio, a pandemia gerou muita incerteza e nos paralisou pois nos pegou de surpresa. Mas, dentre as aprendizagens que isto deixou, está a adaptação às mudanças e saber aproveitar as oportunidades que se apresentam. Aqui é onde entra a MAPFRE, porque com seu apoio e as medidas de prevenção que ofereceu gerou confiança entre seus funcionários e clientes. Para nós significou um grande impulso, pois nos encorajou a não parar até alcançar nossos objetivos.

PEDRO FISCHER SZELAG

COORDENADOR DE INSPEÇÃO DE SINISTROS
MAPFRE BRASIL

Apesar de que o confinamento me demonstrou a importância da adaptação às situações, nos primeiros momentos foi desconfortável. Mas, como gestor, entendi que não havia outro caminho para obter os resultados. É fundamental que as equipes estejam orientadas e prontas para trabalhar com calma, para alcançar o sucesso e para confiar na capacidade de todos. Com isto se obtém a confiança. Todos sabíamos que não podíamos estar juntos, mas entendíamos que as peritagens deviam ser feitas e que não podiam parar.

De fato, no pico da pandemia, em julho de 2020, aconteceu um ciclone no estado de Santa Catarina que afetou várias cidades, com mais de 2.000 sinistros informados. Nossa equipe bem treinada teve de mudar sua estratégia e se adaptar aos protocolos de segurança, com um ponto de atendimento fixo. Apesar de todos os impedimentos, foi um sucesso para a equipe e fomos cumprimentados por segurados e corretores. E o mais importante de tudo foi que nenhum perito regular ficou doente.



Sabíamos que não podíamos estar juntos, mas entendíamos que as peritagens deviam ser feitas e que não podiam parar.

LUIS OLARIAGA MASUTIER

DIRETOR DO ESCRITÓRIO
MAPFRE ESPAÑA

E, de repente, todos confinados, perplexidade, medo, incerteza... Enfrentamos a uma situação jamais vivida. Devíamos avançar e nos adaptar ao novo ambiente, agir e tomar decisões com rapidez, e o mais importante era estar perto das pessoas.

A comunicação se converteu em algo decisivo e que chegava a todas as camadas da MAPFRE e a nossos clientes. Vivemos dias muito intensos, descobrindo novas formas de trabalhar e de relacionar-nos... Muitas horas de videoconferências, adaptação dos planos de trabalho para que nada parasse e tivéssemos o contato mais direto e próximo com os clientes.

Posteriormente, aconteceu a incorporação aos escritórios, em uma cidade fantasma, e a chave foram as PESSOAS.... Todos fizemos um grande esforço e um grande trabalho

A meu retorno foi com o colega Victor Moreno Mariscal (Assessor Comercial de Empresas). Durante as primeiras semanas, vivemos uma das experiências mas estranhas com toda esta nova situação, porque fazer o trajeto de minha casa ao trabalho (a pé) e vice-versa se transformou em um passeio por uma cidade “quase fantasma”. Pouca gente nas ruas, policiais e guardas civis perguntando aonde você vai...



Devíamos avançar e nos adaptar ao novo ambiente, agir e tomar decisões com rapidez, e estar perto das pessoas.

JOSÉ ANTONIO TENA PEREIRA

ASSESSOR DE CLIENTES
MAPFRE ESPAÑA

Sair pela manhã cedo para ir ao trabalho se converteu em uma rara experiência em que me sentia bastante estranho, somente com pensar que esse novo protagonista da história (a COVID-19) podia estar no meio do caminho que havia até nosso escritório da MAPFRE.

Já no posto de trabalho, minha tarefa consistia única e exclusivamente em atender as contínuas ligações: clientes com suas partes de assistências diárias, dúvidas sobre coberturas de seu seguro nesse momento, etc.

Felizmente, essa época ruim passou sem maior transcendência, pelo menos no nosso escritório.

Hoje em dia, o único que continuo sentindo falta é da incorporação de todos os colegas da MAPFRE ao nosso edifício. Ainda continuamos com as incorporações gradativas.

Um abraço eterno a todos e cada um dos colegas que fazemos parte desta grande família.



DESCUBRA



EM WWW.KMDECONFIANZA.COM
VOCÊ PODE CONHECER OS PLANOS
DE TREINAMENTO, CONSELHOS,
PAUTAS NUTRICIONAIS E TODOS
OS PARTICIPANTES DO DESAFIO





OITO PESSOAS, UM DESAFIO: 42 QUILÔMETROS DE CONFIANÇA

TEXTO ENRIQUE VEGA | FOTOGRAFIAS MAPFRE

Definida como a ação para vencer obstáculos e dificuldades, a superação é *per se* uma parte da condição humana. No entanto, sua implementação não é tão simples se não há motivação nem confiança. Estes dois pilares impulsionam as pessoas para superar seus próprios desafios e serem melhores a cada dia. Infelizmente, é uma realidade que muitas pessoas, diante da monotonia e da falta de motivação, tanto na vida cotidiana quanto no esporte, se afixam em situações difíceis de sair.



Com a necessidade de superar os desafios pessoais através do esforço e da superação nasceu, em março de 2021, **Quilômetros de Confiança**, um projeto de *running* para todas as pessoas que, independentemente de sua preparação física e condição pessoal, desejam se preparar para **correr sua primeira maratona**.

A atividade física, reconhecida como mecanismo de ativação, superação e bem-estar, foi o motor e a razão de ser deste desafio, em que oito pessoas anônimas, através da assessoria e o **treinamento físico e mental**, conseguiram superar a meta dos 42 quilômetros

CELIA MARTÍNEZ é mexicana e CCO de uma construtora. Reconhece que “ver o esforço de seus colegas é também motivador”.

ANTONIO 'CHUSKY' BARRANTES, espanhol e fã do esporte, admite que “entre todos criamos uma família”.

CÉSAR LUENGO, que trabalha na MAPFRE, manifesta que começou “como uma experiência esportiva” e que “acabou como uma experiência emocional”.

ESMERALDA OLMEDO é espanhola e trabalha no SAMUR. Para ela, houve “mudanças e uma constância que não conhecia antes”.

que marca uma maratona. Para Jaime Valverde, diretor corporativo de Redes Sociais e Conteúdo Digital da MAPFRE, este desafio nasceu com a ideia de “**tornar tangível o conceito de confiança para a MAPFRE**” e entrar no terreno do *running* “de forma natural”: “Este tipo de projetos gera vínculos emocionais com as pessoas que participam e ajudamos a alcançar os objetivos propostos”.

Contudo, Quilômetros de Confiança **tem uma dupla dimensão**. E é que, além de oferecer apoio aos participantes, acompanhou quem desejasse correr, com o oferecimento de



conteúdo através das redes sociais, web e o app, e com diferentes conselhos para poder conquistar o desafio da maratona.

NA LINHA DE LARGADA

Todo desafio requer de preparação e, especialmente, dedicação, e este desafio não foi menos. Para poder realizá-lo, **Pablo Lucero**, treinador de triatlo e fundador do clube esportivo BenMadTriatlón, e **Germán Madrazo**, esportista mexicano que fez história nos Jogos Olímpicos de inverno sem ter usado antes esquis, entraram no projeto de #KmDeConfiançaMAPFRE como peças fundamentais para

DAVID MARTÍN, é espanhol e trabalha na MAPFRE. Destaca “o companheirismo e as vivências” ao longo de todo o processo.

PABLO MORALES, mexicano e também trabalha na MAPFRE. Sublinha que a experiência lhe ofereceu mudanças pessoais e uma forma de ver a vida.

ROXANNA SANDOVAL, mexicana e funcionária da MAPFRE, tenta aplicar a superação em cada treinamento à vida diária.

PAULINA ÍÑIGO, mexicana, destaca o papel dos treinadores Germán e Pablo por “suas dicas e conselhos”.

assessorar os participantes e prepará-los para o desafio mais duro de suas vidas.

Os oito participantes passaram durante vários meses por várias provas, concretamente três fases e quatro desafios compreendidos entre abril e junho, começando pelo **casting** (foram escolhidos em função da originalidade, motivação pessoal, emotividade, transmissão de valores, sentimentos e condição física ótima), seguido da **preparação** (três desafios de 10, 21 e 30 quilômetros) e a fase final, **nada mais do que 42 quilômetros**.

Com a motivação como bandeira, os corredores saíram



à rua. Durante as semanas de preparação, Lucero admitia que deviam ser conscientes de que **“isto não ia ser fácil”** e de que o que estavam fazendo era “para tirar o chapéu”. Com isto, chegou o momento de abrir passo para os protagonistas da história.

E o treino constante e a motivação fez muitos deles perceberem o que este desafio podia lhes oferecer, tanto física quanto emocionalmente. “Me oferece uma capacidade de segurança, camaradagem, confiança e superação que muitas vezes temos escondida”, afirma David Martín, outro dos participantes. Outros, como Antonio, *Chusky*, Barrantes entendem o running como algo mais do que um esporte individual e competitivo: “É uma forma de motivar o grupo e de **buscar a melhor versão de mim mesmo**”.

Sem ainda ter corrido a maratona, o treinador Pablo Lucero demonstrava seu orgulho com todos eles “pelo ambiente que tinham criado” e “pelo enorme entusiasmo”. A maioria dos runners reconhecia que, conforme se aproximavam da data da prova definitiva, os treinamentos eram mais

“ESTÁ ME PROPORCIONANDO UMA CAPACIDADE DE SEGURANÇA, COMPANHEIRISMO, CONFIANÇA E SUPERAÇÃO QUE MUITAS VEZES TEMOS ESCONDIDA”

David Martín

duros, mas sempre “com muita emoção pelo desafio e por continuar avançando”.

OBJETIVO CUMPRIDO

E chegou o dia mais desejado e temido. Os mais de quarenta quilômetros que separavam a linha de largada da meta foram suficientes para demonstrar a importância da própria confiança e a vontade de superação exibidas durante as semanas prévias.

Após superar o desafio, os corredores perceberam o que ele tinha representado em suas vidas. “Comecei com um objetivo esportivo e **acabei com uma experiência emocional**”, salienta um dos runners que atravessaram a meta. Em geral, todos afirmaram que esta experiência não teria sido a mesma sem a companheirismo de todos. Com a maratona finalizada, o *coach*, Pablo Lucero, avaliou positivamente o esforço dos participantes, “dando a segurança e a confiança de que, com apoio e trabalho em equipe, **é possível alcançar grandes coisas**”.

O impacto da campanha foi impressionante: teve **mais de 63 milhões de acessos a**



nível global, gerou mais de 606.000 interações e superou **27 milhões** de visualizações dos vídeos. Além disso, só na Espanha aumentou a notoriedade da marca em 5% e as pesquisas de seguros da MAPFRE cresceram 163%. As 36 aparições na imprensa também permitiram ao Grupo gerar valor extra, alcançando uma audiência de 76 milhões. E tudo isto após ter entrado no terreno do running **de forma natural**.

Neste sentido, Valverde explica que, como principal motivação, “procurava-se alguma forma de impacto no negócio, além de conseguir melhorar conhecimento da marca e a possibilidade de contratação”. Além do objetivo de divulgar a acessibilidade ao esporte, motivar as pessoas para terem uma vida saudável e promover a marca, **a MAPFRE transformou vidas e criou uma comunidade**.

O QUE VEM A CONTINUAÇÃO?

É evidente que a campanha teve repercussão importantíssima. Além das 1.600 menções nas redes sociais ou do alcance estimado de 456 milhões de usuários, a MAPFRE conseguiu

“ESTAMOS COLHENDO OS FRUTOS DO ATUAL PROJETO E PREPARANDO AS SEMENTES DO SEGUINTE OBJETIVO”

Jaime Valverde



envolver não só os oito participantes do desafio, mas também milhares de pessoas que, através da autoconfiança e da motivação pessoal, estavam dispostos a alcançar as metas estabelecidas.

Jaime Valverde vê um futuro promissor em Quilômetros de Confiança: “**Estamos colhendo os frutos do atual projeto** e preparando as sementes do seguinte objetivo”. Ainda, ele acrescenta que, na linha de avançar no mundo do esporte, em breve será revelado um plano relacionado com o running de mais de 1.000 dias.

Não restam dúvidas de que este desafio **se converteu em uma oportunidade** para que as pessoas menos acostumadas a realizar exercício, e com dificuldades para confiar em si mesmas, possam se sentir seguras, chegar até o final e cumprir todos os seus sonhos.





MUDANÇAS NOS HÁBITOS DE CONSUMO DE SEGUROS EM UM CENÁRIO PÓS-COVID

TEXTO **EDUARDO SÁNCHEZ DELGADO,**
DIRETOR CORPORATIVO ATUARIAL DA MAPFRE
FOTOGRAFIAS **ISTOCK**



“Prever é muito difícil, especialmente se for sobre o futuro” é uma irônica frase atribuída ao prêmio Nobel de Física, Niels Bohr, que faz sentido se observarmos o acontecido com a humanidade no último ano e meio. Em dezembro de 2019 assistíamos às notícias que chegavam sobre uma nova doença surgida em Wuhan, mas ninguém podia imaginar até que ponto ia nos afetar em todos os âmbitos de nossa vida. A pandemia da COVID-19 irrompeu com força em nossas vidas, afetando a forma em que vivemos e também em que consumimos. Efetivamente, nos últimos meses surgiram muitos estudos que comprovam uma mudança nos padrões de compra dos consumidores. E os seguros não foram alheios a essas mudanças.

Uma das mudanças mais relevantes surgidas no seguro desde o início da pandemia foi a utilização da Internet para informar-se, comparar preços e comprar, algo que foi se incrementando substancialmente não só nos seguros, mas em todos os setores. Isto aconteceu especialmente durante os períodos de confinamento estrito, em que não existia a possibilidade de fazer compras presenciais. Unido a isto, os clientes utilizaram mais os canais *online* na gestão dos serviços que outorgam as apólices. Portanto, a pandemia implicou uma aceleração do processo de digitalização do seguro que gradativamente vem acontecendo durante os últimos anos.

O seguro oferece à sociedade valores em que conceitos como proteção, segurança e saúde são muito valorizados em circunstâncias tão dramáticas quanto as que vivenciamos. Da perspectiva dos clientes, essa proteção e busca pela segurança se concretizou de maneira desigual, em função das necessidades de seguro originadas pela pandemia. Nesse sentido, houve um incremento na venda de algumas modalidades de seguros, como saúde ou vida.

A PANDEMIA IMPLICOU UMA
**ACELERAÇÃO DO PROCESSO
DE DIGITALIZAÇÃO DO SEGURO**
QUE GRADATIVAMENTE VEM
ACONTECENDO DURANTE OS
ÚLTIMOS ANOS

**A SAÚDE SE CONVERTEU EM
UMA PRIORIDADE**

**O SEGURO DE VIDA MANTEVE
VALORES POSITIVOS DE
CRESCIMENTO** EM 2020 COM
RESPEITO AOS NÚMEROS DO
EXERCÍCIO ANTERIOR

No caso dos seguros de doença, a saúde se transformou em uma prioridade e os clientes valorizaram o acesso a uma saúde sem listas de espera e indo diretamente ao especialista, sem restrições na capacidade da prestação sanitária.

No que respeita ao seguro de vida, em 2020 permaneceram os números positivos de crescimento com respeito aos valores de emissão do exercício anterior naqueles mercados em que esta modalidade é comercializada.

No caso de outros seguros, como automóveis ou lar, não houve mudanças substanciais nos volumes de contratação, mas uma moderada redução de preços como consequência da translação da redução de sinistralidade aos tomadores do seguro.

Adicionalmente, a mobilidade foi um dos fatores que maior limitação sofreu por causa da COVID-19, com uma queda muito relevante nas viagens. Os clientes exigiram opções de seguro que os protejam diante das consequências econômicas dos cancelamentos ou das restrições para viajar. O mesmo aconteceu com os seguros de cancelamento

de eventos, que observaram um incremento substancial no interesse de assinatura.

Uma vez identificadas as principais mudanças produzidas nos hábitos de consumo dos clientes na assinatura de seguros pela pandemia, é preciso fazer a pergunta do milhão. Estas mudanças irão se consolidar, acentuar ou reduzir nos padrões de comportamento perante o seguro no meio e longo prazo?

A resposta, tal como se antecipa na oração que inicia este artigo, não é simples e está cheia de incertezas. Para poder responder, é possível assinalar algumas tendências que poderiam se manter no meio e longo prazo.

A consolidação da nova normalidade oferecerá algumas oportunidades para a comercialização de novos produtos, como consequência das mudanças em nossos hábitos de vida. Um deles é a normalização do trabalho remoto. Esta nova forma de trabalho à distância abrirá novas oportunidades em algumas modalidades, como os seguros cibernéticos.

A digitalização é outra das tendências que parece pode se consolidar. Além das

situações excepcionais de confinamento que ocasionaram um incremento muito substancial das compras *online* nesses períodos, parece que, aos poucos, as vendas através deste canal aumentarão respeito das situações de prévias à pandemia. Contudo, parece que na contratação não somente será considerado o digital, mas também será muito valorizado a assessoria na assinatura. Como consequência destes dois efeitos, poderia se consolidar a chamada revolução *phygital* (conceito anglo-saxão referido à fusão entre o físico e o digital).

O papel do setor público continuará muito relevante para atender às necessidades dos cidadãos mas, dados os altos níveis de endividamento dos governos, provavelmente se abram novas possibilidades de seguros que complementem as coberturas públicas, através de seguros de saúde ou poupança para a população mais idosa.

Os avanços tecnológicos e a sustentabilidade modificarão o parque automobilístico, que junto com as mudanças na mobilidade das pessoas através de opções como a utilização do veículo compartilhado, modificarão aos poucos o catálogo de produtos das seguradoras relacionados com os seguros de automóveis.

A mudança climática criará uma nova demanda por seguros que deverão satisfazer a exigência dos consumidores, para uma categoria de produtos mais ecológicos e sustentáveis que gerem investimentos socialmente responsáveis. Adicionalmente, será necessário responder à necessidade de produtos que protejam contra as consequências nos bens e nas pessoas resultantes dos desastres derivados da mudança climática.

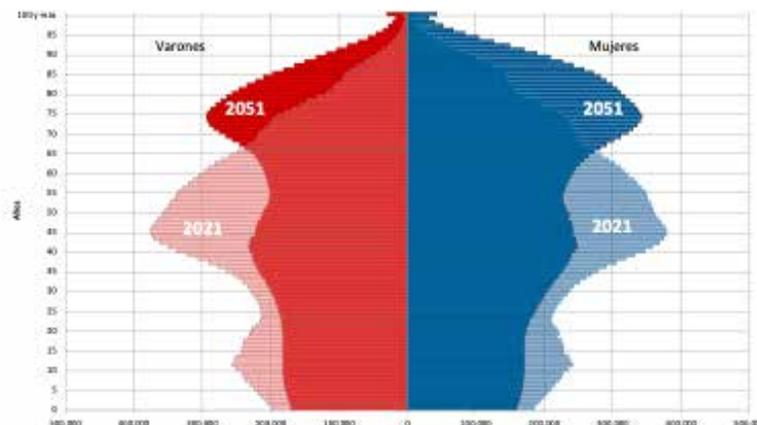
Uma perspectiva alternativa para entender o comportamento futuro do consumo de seguros consiste em analisar a evolução das coortes etárias ao longo do tempo, porque as necessidades de seguro e a maneira em que esses seguros são acessíveis mudarão conforme à evolução das gerações que compõem a pirâmide populacional. Assim, na atualidade, a pirâmide de população pode ser representada através dos seguintes grupos etários:

- Geração silenciosa. Compreende pessoas nascidas entre 1930 e 1948.
- Geração do *baby-boom*. Nascidos entre 1949 e 1968.
- Geração X, nascidos entre 1969 e 1980.
- Geração Y, ou *millennials*, nascidos entre 1981 e 1993.
- Geração Z, nascidos entre 1994 e 2010.
- Geração alfa, nascidos após 2011.



Evolução de pirâmides de população na Espanha Anos 2021 e 2051

Fonte: Elaboração própria a partir das projeções a longo prazo do INE.



Dentre estes grupos, um papel decisivo na compra de seguros nos próximos anos terão os *millennials* e os pertencentes a gerações posteriores.

Como é possível observar no gráfico acima, o envelhecimento da pirâmide de população e a mortalidade das coortes fará que as gerações de *millennials*, e posteriores, passem de representar 43%, no ano 2021, para mais de 71%, em 2051. Estes grupos incrementarão seu poder aquisitivo de maneira substancial nos próximos anos, porque a oferta de seguros deveria gravitar sobre a forma em que consome esta população. Estas gerações se caracterizam por serem nativos digitais, já que são os primeiros que conviveram com a Internet e os telefones celulares desde que nasceram. Algumas características adicionais que definem o modo de vida dos *millennials* são o adiamento de importantes decisões de vida como o casamento, ter filhos ou adquirir uma casa. Eles também se caracterizam por uma educação superior à de outras gerações e seu nível elevado de conhecimento da tecnologia.

O atraso na compra da casa e do carro, por dispor de opções em ambos os casos de uso compartilhado, pode abrir a oportunidade de comercialização de novas formas de seguro para este segmento da população. Quanto à compra de seguros, diferentes trabalhos marcam

a importância de uma aproximação híbrida de informação multicanal, com um suporte de assessoria sem restrições horárias nem tempos de espera, em que o telefone celular se converte na porta de acesso para a realização das transações com a entidade seguradora.

Existem dúvidas entre diferentes estudos sobre se o diferente comportamento perante a compra de seguros destas coortes populacionais é só temporário, até que aconteçam momentos relevantes, como o casamento ou a aquisição de uma casa, e que, portanto, só está acontecendo uma demora em seguir os hábitos de compra das outras coortes anteriores ou se, pelo contrário, é uma mudança definitiva. Infelizmente, apenas o tempo irá nos tirar da incerteza sobre possíveis modificações no seguro futuro destas gerações. Enquanto isso, como seguradoras, continuamos respondendo aos nossos clientes neste ambiente de incerteza.





VISITA CESVIMAP.COM



A MAPFRE, através de seu centro de pesquisa CESVIMAP, participa em um projeto inovador para comprovar na estrada os riscos criados pelos sensores e radares de veículos sem motorista.

CARROS AUTÔNOMOS, ENTRE A "AUTOPIA" E A INCERTEZA

TEXTO **MANUEL BELLIDO**
FOTOGRAFIAS **CESVIMAP**

Circularão carros autônomos por nossas estradas em 2030? Isso afirmam alguns especialistas. Muitos países já estão realizando testes mas, além do desafio tecnológico, é essencial aprovar uma legislação clara sobre a responsabilidade em caso de acidentes. CESVIMAP, o centro P&D da MAPFRE, lidera uma iniciativa inovadora para reduzir as falhas das tecnologias de percepção do ambiente incluem os carros sem motorista.



Há quem imagine a realidade dos carros autônomos como uma utopia, em que os acidentes, os sinais, os engarrafamentos e os problemas para estacionar acabaram. Há também pessoas **distópicas**, que acreditam que um sistema robótico levará à destruição de nossas cidades: as multas, os estacionamento nem impostos aos combustíveis serão mais pagos. Entre ambos se encontram aqueles que estão na “**autopia**”: uma visão mais sensata e realista do que significará para a mobilidade a incorporação dos veículos totalmente automatizados.

A “autopia”, em si mesma, não existe. Bem, autopia foi o nome de um projeto do Conselho Superior de Investigações Científicas (CSIC), iniciado em 1996, para criar um carro com direção autônoma. O mesmo nome também recebe uma atração de Disneyland Paris com automóveis vintage. Recentemente, Raúl Rojas, professor de robótica da Universidade Livre de Berlim, e Rene Millman, especialista em inteligência artificial (IA) e mobilidade, utilizaram o termo. Em janeiro, eles assinaram juntos o artigo *Autopia urbana (veículos autônomos). Mobilidade e sustentabilidade nas cidades do futuro* para a Digital Future Society, uma iniciativa impulsionada pelo Governo da Espanha e Mobile World Capital Barcelona.

Rojas e Millman “**viajaram**” para o ano 2050. Ensoparam-se em todas as informações sobre a indústria dos carros autônomos, ensaios, avanços tecnológicos, mudanças legislativas, planos de *smart cities*, etcétera. **Imaginaram mais de 6.300 milhões de pessoas vivendo em cidades**, uma estimativa das Nações Unidas, em que a mobilidade é uma peça essencial para uma vida saudável. Táxis sem motoristas e transportes

NA ESPANHA, A DIREÇÃO GERAL DE TRÂNSITO EMITIU, EM 2015, UMA INSTRUÇÃO QUE **PERMITE OS TESTES COM CARROS AUTÔNOMOS EM ESTRADAS COM TRÁFEGO, MAS A LEI SOBRE RESPONSABILIDADE CIVIL E SEGURO NÃO CONTEMPLA A CIRCULAÇÃO SEM MOTORISTA**

QUEM PRECISA RECEBER O SEGURO: **O FABRICANTE DO VEÍCULO? O DO SENSOR? O DESENVOLVEDOR DO SOFTWARE?**

autônomos compartilhados, quantidade de carros privados bem menor, idosos e deficientes se deslocando em veículos robotizados, frotas de veículos automatizadas estacionadas na periferia ocupando menos lugar e liberando espaço nas urbes para uso público; **sensores em faixas, meios-fios e calçadas** que permitam se antecipar aos imprevistos e situações perigosas, carros treinados para se manterem no centro da faixa, infraestruturas digitais que proporcionarão informações em tempo real a cada automóvel.

Como é o movimento do mundo Apesar de falarmos em 2050, outras vezes intuem que o impacto dos carros autônomos acontecerá antes. A consultora PwC estima que **40% dos quilômetros nas estradas** poderão ser realizados por veículos automatizados em 2030. Na cidade de Las Vegas (nos EUA) já funcionam **táxis autônomos, em que no assento do motorista ainda há um ser humano**. Na Universidade Autónoma de Madri ou no Parque Nacional de Timanfaya (Lanzarote), um **micro-ônibus autônomo elétrico** faz percursos simples; um automóvel do futuro percorrerá o caminho Vigo-Porto no que se considera o primeiro teste transfronteiriço; Waymo, a divisão de carros autônomos de Google, testou seu sistema de condução robotizada em estradas de 25 cidades dos EUA e **começa a implantar caminhões autônomos de distribuição**; e o fabricante chinês, Huawei, anunciou que para **2025 terá em operação um modelo elétrico autônomo**.

Significam todos estes testes que em breve observaremos carros sem motoristas? “Ainda resta muito para o veículo autônomo, tal e como todos entendemos: entrar no carro e que ele me leve ao trabalho. Isso já existe e se

chama táxi. **Provavelmente, em breve conseguiremos ver nas estradas** caminhões com motoristas à frente de um grupo de caminhões sem motoristas, que receberão instruções do primeiro veículo. Isto eu acredito como mais viável em dez anos. Mesmo o transporte de encomendas em locais controlados de grandes empresas. Mas a direção autônoma de transporte de pessoas é muito difícil. Em percursos cativos, com limitações e fechados já existe, mas em caminhos abertos é mais difícil”, explica Rodrigo Encinar, responsável por P&D do CESVIMAP, o centro de Experimentação e Segurança Viária da MAPFRE.

MAPFRE testa o carro autônomo A MAPFRE, com seu centro de P&D, realiza testes nos carros autônomos desde 2018 em colaboração com a Universidade Carlos III e a Universidade Politécnica de Madri. Analisa as **tecnologias de percepção do ambiente e controle** utilizados por estes veículos. Para quê? Para conhecer seu comportamento e estabelecer riscos ou possíveis falhas. Em junho de 2021, durante vários dias e em circulação real, um carro padrão automatizado pela MAPFRE, chamado ATLAS (Advanced Test Platform for Autonomous System), e 100 % autônomo, fez um percurso urbano convencional. “Queremos ver as decisões que toma e observar o funcionamento dos sistemas de percepção de linhas, meios-fios, postes de iluminação, traçados de rotatórias, etc. Ver que opção escolhe quando enfrenta esses problemas”, detalha Encinar. “Mudamos e



TÁXIS SEM MOTORISTAS E TRANSPORTES AUTÔNOMOS COMPARTILHADOS, POUCOS CARROS PRIVADOS, IDOSOS E DEFICIENTES SE DESLOCANDO EM VEÍCULOS ROBOTIZADOS...

A CONSULTORA PWC ESTIMA QUE **40 % DOS QUILOMETROS NAS ESTRADAS PODERÃO SER REALIZADOS POR VEÍCULOS AUTOMATIZADOS EM 2030**

testamos diferentes sensores e radares, novos softwares de percepção e para conhecer os riscos de cada tecnologia. Por exemplo, a classe do sensor, a chuva ou a névoa podem afetar o posicionamento GPS”, indica o especialista de P&D.

Muitos veículos deste tipo incorporam os denominados **radares LiDAR, que** lançam pulsos de luz contra os obstáculos. Esses pulsos batem e constroem uma nuvem de pontos. Um algoritmo de IA faz uma avaliação desse mapeamento e interpreta o que tem diante dele. “Com o LiDAR é muito difícil, por exemplo, diferenciar um contêiner de plástico de um furgão, porque ambos geram a mesma nuvem de pontos. No entanto, com o radar, as ondas passariam através do objeto de plástico e não bateriam. Com uma câmera de visão artificial seria possível diferenciar um carro de outro objeto, mas não consegue calcular corretamente

a distância”, explica Encinar.

Uma solução pode ser a **fusão sensorial**, agrupar em uma imagem diferentes camadas de sensores que seriam processadas pelos algoritmos para tentar entender perfeitamente ao ambiente. “Neste momento, estamos analisando essa fusão sensorial para estabelecer as implicações em matéria de segurança viária das percepções erradas, se elas são falhas de design ou algorítmicas”, assegura o especialista do CESVIMAP.

Com esta iniciativa, o CESVIMAP junto com a Universidade Carlos III de Madri e o Insia,

são pioneiros na pesquisa das tecnologias necessárias para a direção autônoma: sensores ultrassônicos e infravermelhos, ferramentas de navegação e posicionamento por satélite, sistemas de câmeras e radares. Suas conclusões serão essenciais para posicionar a seguradora espanhola no ecossistema do carro autônomo.

Neste ecossistema, há cinco níveis na direção autônoma:

- **Nível 0.** Um humano realiza todas as tarefas de direção e um assistente automatizado pode detectar veículos no ângulo morto dos retrovisores, apesar de que realmente no nível 0 pode não existir nenhuma função automatizada, isto é, os carros que temos (ou tínhamos) anos atrás.
- **Nível 1.** Os veículos utilizam um sistema ADAS ou Sistemas Avançados de Assistência ao Condutor, obrigatórios a partir de 2022, que controlam o movimento lateral e longitudinal do veículo, mas não os dois ao mesmo tempo. Por exemplo, “sistemas de manutenção de faixa” ou programação de velocidade. O carro depende completamente do comportamento humano.
- **Nível 2.** Os assistentes eletrônicos manejam os dois movimentos, mas o motorista é o único responsável. Na prática, podem manter o carro no centro da faixa e programar uma velocidade simultaneamente (esta é a chave).
- **Nível 3.** O motorista não precisa supervisionar a direção, apesar de que deve estar alerta e intervir quando o sistema assim o requeira perante uma situação de risco. É o nível



GOOGLE TESTOU SEU SISTEMA DE DIREÇÃO ROBOTIZADA EM ESTRADAS DE 25 CIDADES DOS EUA E COMEÇA A IMPLANTAR CAMINHÕES AUTÔNOMOS DE DISTRIBUIÇÃO

HUAWEI ANUNCIOU QUE PARA 2025 TERÁ EM OPERAÇÃO UM MODELO ELÉTRICO AUTÔNOMO

mais obscuro no relativo à legalidade, porque não se sabe perfeitamente de quem seria a responsabilidade em caso de acidente.

- **Nível 4.** A automatização está preparada para agir de forma autônoma diante de imprevistos e pode guiar o carro de forma contínua no tempo, mas só em determinados ambientes.
- **Nível 5.** Os sistemas de direção automatizada podem prescindir de motoristas humanos e não têm limitações geográficas ou do clima.

“O desafio é legal, não tecnológico”

Francisco Javier Falcone, professor da Área de Teoria do Sinal e as Comunicações, da Universidade Pública de Navarra, admite a incerteza com respeito da data em que começará a circulação de carros autônomos, mas assegura que o problema não é o desafio tecnológico,

porque “a tecnologia evoluirá. No nível das comunicações, espera-se que o assentamento de uma rede 5G pura elimine esse atraso de milissegundos que pode representar maior segurança na tomada de decisões”.

“É um desafio legal, argumenta Falcone, o marco regulatório que representa circular com um carro autônomo está por trás do conhecimento. A ciência continua avançando e não tenho dúvidas de que, em breve, observaremos carros autônomos nas estradas, mas a lei deverá adaptar-se”.

No Reino Unido, o governo criou um órgão para permitir testes em estradas e cidades. A França aprovou, em 2019, um enquadramento legal

com a mesma intenção e com o objetivo, não muito realista, de implementar veículos “altamente automatizados” em 2022. O Japão deu luz verde para uma regulação na circulação de carros parcialmente autônomos, que deverão incluir sistemas de registro de dados de viagem para a análise de acidentes.

A Alemanha quer ser o primeiro país do mundo em levar os veículos autônomos dos laboratórios para as ruas”, afirma Andreas Scheuer, ministro dos Transportes, e para isso busca aprovar uma legislação específica para os de nível 4 centrada no transporte coletivo de passageiros, rotas de empresas, atividades logísticas, deslocamento de idosos e pacientes médicos. “Marcas como a BMW e a Mercedes anunciaram que se retiraram da direção autônoma para focar no nível 2”, comenta Rodrigo Encinar, do CESVIMAP.

Na Espanha, a Direção Geral de Trânsito emitiu, em 2015, uma instrução que **permite testes com carros autônomos** em estradas com tráfego, mas a Lei sobre Responsabilidade Civil e Seguro não está atualizada e não contempla a circulação sem motorista. Além disso, os requisitos exigidos para obter essa autorização de nível 3 são exaustivos e não há nenhum serviço técnico do Ministério da Indústria capaz de avaliar por completo esse cumprimento. Por isso, não há nenhum veículo certificado com esse nível na Espanha.

EM JUNHO DE 2021, **DURANTE VÁRIOS DIAS E EM CIRCULAÇÃO REAL, UM CARRO PADRÃO AUTOMATIZADO PELA MAPFRE, CHAMADO ATLAS (ADVANCED TEST PLATFORM FOR AUTONOMOUS SYSTEM), E 100 % AUTÔNOMO, FEZ UM PERCURSO URBANO**

ESPERA-SE QUE O ASSENTAMENTO DE **UMA REDE 5G PURA ELIMINE ESSE ATRASO DE MILISSEGUNDOS** QUE PODE REPRESENTAR MAIOR SEGURANÇA NA TOMADA DE DECISÕES

O MARCO REGULATÓRIO QUE REPRESENTA CIRCULAR COM UM CARRO AUTÔNOMO ESTÁ POR TRÁS DO CONHECIMENTO.

A CIÊNCIA CONTINUA AVANÇANDO E, EM BREVE, OBSERVAREMOS CARROS AUTÔNOMOS NAS ESTRADAS, **MAS A LEI DEVE ADAPTAR-SE**

Segundo Francisco Falcone, “na Europa, em pouco tempo, contaremos com um regulamento para os veículos autônomos de nível 4 e há trabalhos para que a legislação dos veículos totalmente autônomos (nível 5) esteja pronta em 2030”. Estaríamos falando de que a Europa poderia pular do nível 3.

Quem deve receber o

seguro? Outro grande debate é sobre a responsabilidade em caso de acidente.

Atualmente estamos no nível 2, **funcionam os ADAS**, tecnologias que evitam riscos e em que a responsabilidade última é do motorista. A MAPFRE ensaia o nível 3, em que a responsabilidade é compartilhada, o veículo é autônomo em determinadas decisões e, em caso de dúvidas, o motorista é consultado e recebe novamente o controle. “É importante definirmos de quem é a responsabilidade em um incidente, para saber **quem é preciso**

segurar: O fabricante do veículo? O do sensor? O desenvolvedor do *software*? Haverá mais de um seguro?”, pergunta-se Rodrigo Encinar.

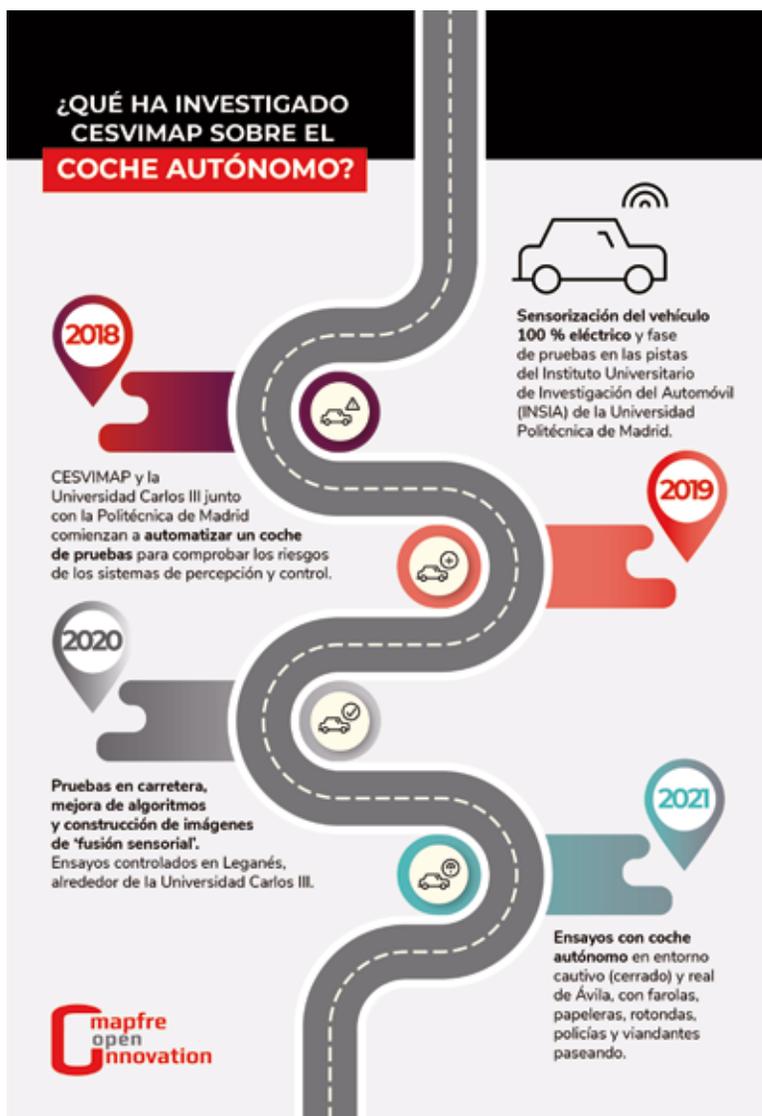
As questões éticas inquietam ainda mais.

“A dúvida surge quando o raciocinador do carro autônomo (a inteligência artificial) deve tomar uma decisão que pode colocar em perigo a vida dos ocupantes do veículo ou dos que se encontrem fora dele. Como toma essa decisão e, em caso de que haja um acidente, quem é o responsável subsidiário? O seguro é para um computador, para um algoritmo? É a grande questão legal e, provavelmente, um desafio maior

que o tecnológico”, afirma o professor da Universidade Pública de Navarra.

“Teoricamente, a IA deveria considerar todas as variáveis, incluídas as de custo humano, e adotar aquela que menor dano humano possa originar. Por exemplo, se vou atropelar cinco pessoas e, em troca, eu sofro um acidente se não as atropelo, o que o raciocinador deveria fazer é evadir essas pessoas”, comenta.

A MAPFRE, através do CESVIMAP, além de verificar os sistemas de sensorização e seus possíveis riscos, pretende conhecer qual é a percepção do motorista que entra em um carro autônomo. “No meu caso, na primeira vez que entrei no lugar do passageiro, senti um pouco de insegurança e estresse, confessa Encinar. Isto me fez valorizar as pessoas. O ser humano é inigualável pelo que é capaz de fazer. Quando você desvia de um obstáculo, quando você vê um menino no outro lado que atravessará a rua... E, além disso, o carro não só cumpre uma função de mobilidade, mas proporciona uma sensação de liberdade, e acredito que nem todos estejam dispostos a parar de dirigir. Isso sim, os carros autônomos permitirão às pessoas que já não possam ter carteira pela idade levar uma vida similar à quando eram motoristas”.



#AParteQueNosToca



“NÃO ESTAMOS
INDO NO
RITMO
DESEJADO
E ISTO
REPRESENTA
UM CUSTO
IMPORTANTE”

JUAN SATRÚSTEGUI





VISITE MAPFRE.COM PARA SABER
MAIS SOBRE SUSTENTABILIDADE

TEXTO **NURIA DEL OLMO** | FOTOGRAFIAS **MAPFRE, ISTOCK**

A mudança climática é a maior ameaça para o meio ambiente que enfrenta a humanidade. Isto acredita Juan Satrústegui, especialista em Riscos de Natureza da MAPFRE RE, quem assegura que os desastres naturais, resultado do incremento da temperatura do planeta, implicam consequências dramáticas para muitas pessoas e grandes perdas para a indústria seguradora. Falamos com ele sobre os desafios do setor para proteger melhor as pessoas, reduzir os efeitos da mudança climática e cumprir com #AParteQueNosToca.

Como afetam os desastres naturais o setor segurador?

Graças a que existe o seguro, a sociedade pode proteger-se, pelo menos economicamente, contra os desastres naturais. Estamos falando de fenômenos extremos e a tendência é claramente crescente, o que leva a que a cada década o custo dos desastres aumente muito. Os números dos últimos 10 anos foram chocantes: a média das indenizações por desastres naturais atingiram nestes anos 75.000 milhões de dólares e os danos totais superaram 145.000.

E tudo está relacionado com a mudança climática?

Está sim em uma parte importante. Cada ano acontecem mais eventos catastróficos destrutivos de origem atmosférica ou meteorológica, como furacões de categoria 4 e 5. Também incêndios florestais e secas, que antes considerávamos fenômenos de menor severidade, mas que hoje provocam grandes perdas. Além disso, é muito importante salientar um último fator, que é o aumento da população exposta a estes desastres. Por exemplo, 40% da população mundial vive a

“O SEGURO É UMA **ATIVIDADE COMPLETAMENTE NECESSÁRIA PARA GARANTIR A ATIVIDADE ECONÔMICA E CONSOLIDAR O ESTADO DO BEM-ESTAR**”

“**DEMORAMOS TEMPO DEMAIS EM IDENTIFICAR E RECONHECER O PROBLEMA**”

“**ACREDITO QUE É IMPORTANTE MODIFICARMOS NOSSOS HÁBITOS DE VIDA E ATUAR COMO ALTO-FALANTES**”

menos de 100 quilômetros da costa, incluindo áreas muito expostas a tormentas tropicais. E nem todas as pessoas contam com um seguro de proteção, tornando-os enormemente vulneráveis.

O que destacaria do papel atual do setor segurador na prevenção ou gestão de eventos climáticos extremos?

As seguradoras assumimos #AParteQueNosToca que, em definitiva, é uma parte importante dos danos causados pelos desastres naturais.

Fazemos isto desde que existimos, o que nos confere muita experiência na gestão deste tipo de riscos. Quanto melhor fizermos isto, mais ajudaremos à sociedade a estar mais e melhor protegida, e seremos mais resilientes diante da mudança climática. Uma peça-chave em todo o processo é quantificar corretamente este tipo de riscos, para proteger nossa solvência e garantir que contamos com o capital suficiente para enfrentar as indenizações dos segurados. Infelizmente, grande parte destes danos não estão segurados, coisa que sem dúvida deveria mudar. Para isso, é necessário continuar com

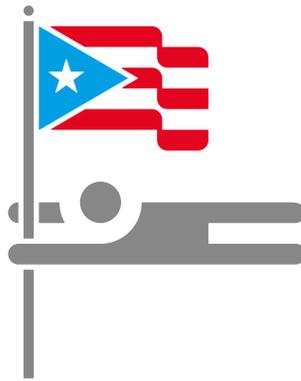
o fornecimento de soluções viáveis que cheguem a mais pessoas, especialmente aquelas que contam com menos recursos econômicos, e continuarmos com a conscientização da sociedade sobre o papel desempenhado pelo seguro, uma atividade que é totalmente necessária para garantir a atividade econômica e consolidar o estado do bem-estar.

Como atua a MAPFRE para reduzir o impacto de um desastre natural?

Atualmente, utilizamos um modelo de gestão que nos permite, por exemplo, identificar os perigos aos quais estamos expostos e estimar possíveis cenários de desastre. Deste modo conseguimos avaliar o custo que poderíamos sofrer em caso de um desastre natural. Tudo isso também nos permite estabelecer proteções financeiras adequadas e definir planos de continuidade de negócio para atender aos nossos clientes de forma rápida.

O furacão Maria, acontecido em 2017, foi um exemplo de como impulsionar a reconstrução de um país que sofreu as consequências de um desastre natural.

Efetivamente, o furacão Maria, que assolou Porto Rico há quatro anos, testou nossa capacidade de organização e de atendimento aos nossos clientes. A MAPFRE gerenciou mais de 93.000 reclamações (quase 25 vezes mais do que em um ano normal) e foi das poucas empresas em estar operacionais desde o primeiro momento com, por exemplo, linhas de atendimento telefônico 24 horas, apoio médico e psicológico para funcionários, e uma equipe de voluntários focados em ajudar à sociedade. É um orgulho fazer parte de um sistema que ajuda a sociedade a



“O FURACÃO MARIA, QUE ASSOLOU PORTO RICO, EM 2017, TESTOU A CAPACIDADE DE ORGANIZAÇÃO E DE ATENDIMENTO DA MAPFRE AOS SEUS CLIENTES”

se de recuperar infortúnios tão duros quanto estes. A solvência das seguradoras é essencial.

O que acredita que acontecerá nos próximos anos se não tomarmos as medidas para proteger o planeta?

Acredito que o ser humano tem uma enorme capacidade de superação e adaptação e que, eventualmente, iremos nos transformar em uma sociedade mais amiga do meio ambiente. Mas reconheço que não estamos indo no ritmo desejado, e que isto implica um

importante custo. Demoramos tempo demais em identificar e reconhecer o problema, e ainda resta muito trabalho para sermos conscientes dos inconvenientes e reagir. Acredito que, se formos capazes de explicar com clareza as consequências da mudança climática, de maneira a gerar uma preocupação nos cidadãos, teremos mais possibilidades de produzir a mudança.

Com que ações considera que poderíamos contribuir cada um de nós para evitar ou atenuar as consequências da mudança climática?

Para começar, acredito que é fundamental modificarmos nossos hábitos de vida para torná-los mais sustentáveis. Estou me referindo, por exemplo, a reduzir o consumo de energia, não desperdiçar água, reciclar mais e, sem dúvida, estender a vida de tudo o que compramos.

Também considero que devemos agir como alto-falantes e compartilhar nossa visão, encorajando a conscientização entre familiares e amigos, e exigindo de nossos responsáveis políticos que respondam ao desafio com medidas concretas e orçadas. Cada um de nós deve ser protagonista desta transformação.



QUAL É O COMPROMISSO DA MAPFRE?

Há alguns anos estamos plenamente comprometidos com a descarbonização da economia, peça-chave de nossa aposta pelo desenvolvimento sustentável. Seu Plano de sustentabilidade 2019-2021 inclui objetivos específicos para proteger o meio ambiente e conter os efeitos das mudanças climáticas. Entre eles, a MAPFRE deseja ser uma empresa neutra em carbono a nível internacional até 2030, para o qual está implementando uma série de ações importantes para reduzir as emissões de gases de efeito estufa. Na Espanha e em Portugal, especificamente, o objetivo de neutralidade será atingido este ano, o que tecnicamente se traduz no cancelamento de 61% das emissões de gases de efeito estufa do Grupo MAPFRE a nível global. Também estamos trabalhando para reforçar os modelos de análise de riscos ambientais, sociais e de governança de forma integral, de uma perspectiva de negócios e de investimentos. Faz parte do seu compromisso público de não investir em empresas em que 30% ou mais do seu faturamento seja proveniente de energia produzida a partir do carvão, além de não garantir a construção de novas usinas de geração de energia elétrica a carvão ou a exploração de novas minas.

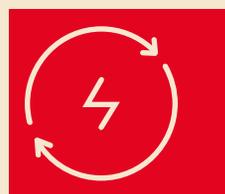
NOVAS MEDIDAS

Recentemente, a MAPFRE reforçou a sua política de assinatura, com medidas destinadas a **não assegurar a construção de novas infraestruturas relacionadas com minas de carvão ou centrais térmicas, bem como não assumir novos riscos relacionados com as areias de alcatrão (ou petróleo), nem com projetos relacionados a petróleo ou gás no Ártico.** Atualmente, a empresa está trabalhando em um novo **Plano Corporativo de Impacto Ambiental**, após fechar com sucesso o anterior, com o qual alcançou uma redução de 56% nas emissões, quase três vezes mais do que o esperado.

AÇÕES CONCRETAS PARA PROTEGER O PLANETA



Implantamos medidas de **ecoeficiência** nos prédios para economizar energia, água e papel.



Investimos em **energias 100 % renováveis.**



Promovemos a **mobilidade sustentável** entre funcionários e clientes.



Auxiliamos às pequenas e médias empresas de carbono no cálculo de sua **pegada de carbono.**



Reduzimos resíduos e reciclamos. A sede social já iniciou seu caminho para o **resíduo zero.**



Desenvolvemos seguros específicos para **veículos híbridos e elétricos.**



Conscientizamos nossos públicos de interesse no **cuidado do planeta.**





NA **MAPFRE.COM** VOCÊ ENCONTRARÁ INFORMAÇÕES
DETALHADAS SOBRE ESTE TEMA

EXPERIMENTE OS BENEFÍCIOS QUE A NATUREZA, NOSSA FONTE DE VIDA, PÕE AO ALCANCE DE SUAS MÃOS

TEXTO **SARA ELENA TORRES HORTAL** | FOTOGRAFIAS **ISTOCK**

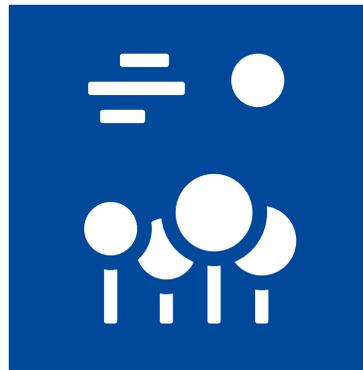
A natureza nos ajuda a manter a saúde física e mental. Estar em contato com ela nos ajuda a recarregar energia e relaxar. Um passeio pela cidade ou descansar em casa não obtêm os mesmos resultados que sair e caminhar pelo campo, ir à praia ou sentir o vento no rosto, entre outros. Estar em um ambiente natural tem um grande efeito saudável.

Os benefícios da natureza para nossa saúde começaram a ser mais palpáveis desde o século passado, quando começamos a viver que as mudanças ambientais já envolviam custos econômicos e milhões de mortes prematuras por ano. Também impedem o avanço em nome da erradicação da pobreza e da fome, a redução das desigualdades e a promoção de um crescimento econômico sustentável, o trabalho decente para todos, e sociedades pacíficas e inclusivas.

O Secretário-Geral da ONU, António Guterres, declarava em fevereiro, durante a apresentação do relatório *Fazer as pazes com a natureza*, que precisamente isso, “fazer as pazes com a natureza, garantir sua saúde e aproveitar os benefícios, tão essenciais como subestimados, que nos proporciona é fundamental para construir entre todos um futuro próspero e sustentável”, que salvguarde a saúde e o bem-estar das gerações atuais e futuras.

A SAÚDE HUMANA ESTÁ ESTREITAMENTE RELACIONADA COM O MEIO AMBIENTE. COLOCANDO TRÊS EXEMPLOS, TODOS RESPIRAMOS O AR QUE NOS RODEIA, INGERIMOS TODO TIPO DE SUBSTÂNCIAS JUNTO COM NOSSOS ALIMENTOS OU SOFREMO O BARULHO DAS CIDADES

Que benefícios nos proporciona estar em contato com a natureza? Órgãos como a **Organização Mundial da Saúde (OMS)**, o Instituto para a Política Ambiental Europeia (IPAE) ou a **Agência Europeia do Meio Ambiente** elaboraram diversos estudos que incluem os dados e as conclusões obtidos sobre os benefícios da natureza para a saúde humana. Hoje, desejamos compartilhar com você vários deles:



- Estar em contato com a natureza pode contribuir para melhorar o estado de ânimo, ajuda à desconexão, a nos concentrar melhor em nossas tarefas cotidianas e reduzir o estresse, o que é importante porque, na atualidade, os transtornos relacionados com a ansiedade e o estresse estão em auge e se estima que cerca de 1.000 milhões de pessoas vivem com um transtorno mental.

- Estar em contato com a natureza relaxa e oferece uma injeção de energia, que pode ajudar a proteger contra diferentes doenças, por exemplo, respiratórias.
- Conhecê-la e observá-la desperta nossa curiosidade e interesse por saber mais. Pode favorecer nosso desenvolvimento cognitivo e a aprendizagem.
- Neste sentido, é muito benéfica para o desenvolvimento das crianças, especialmente com uma melhoria de sua concentração, habilidades motoras, autoestima e controle das emoções.
- Se a conhecermos, apreciaremos ainda mais o seu valor e seremos conscientes de como funciona o mundo, como devemos cuidá-lo e como sermos mais responsáveis.



- Realizar uma atividade física em um ambiente natural, incluídos parques urbanos, melhora nosso ânimo e a autoestima. Essa mesma atividade física ao ar livre

proporciona um contexto de interação social que oferece novas oportunidades para o contato social.

- Estar em contato com a natureza nos brinda uma sensação, um sentimento de liberdade que não encontramos em outros ambientes de nossa vida cotidiana, e que incentiva nossa criatividade.
- Se entendermos a saúde também como um indicador de qualidade de vida, é possível dizer que a natureza atua como um lugar seguro como refúgio perante a complexidade da vida cotidiana, desconectado de um estilo de vida materialista.
- Promove a mobilidade sustentável, pois estimula o deslocamento através de meios como bicicletas ou a pé.



- Mitiga o estresse térmico, ao proporcionar sombra, evaporação e transpiração, principalmente durante os meses mais quentes.
- Reduz a exposição a poluentes atmosféricos. Além disso, as cores e sons da natureza estimulam a abstração e a reflexão.
- Diminui o estresse acústico, porque a vegetação impede a propagação do barulho ao absorvê-lo ou difratá-lo.
- O acesso a áreas verdes públicas e grandes infraestruturas naturais faz parte de um estilo de lazer saudável e bastante econômico, ao alcançar de todos os bolsos, oferecendo, além disso oportunidades de interação social.



- Algumas atividades de voluntariado ao ar livre e aquelas que representam uma interação com a comunidade a nível local, como corridas populares, festivais ou concertos, contribuem para reduzir o isolamento social.



- A natureza age de maneira integrada, holística, e muitos de seus efeitos são sinérgicos, pois uns potencializam outros.
- Age como fator amortecedor, favorecendo a redução de riscos psicossociais no trabalho, assim como aumentando a produtividade, ao reduzir os níveis de estresse, facilita um melhor sono ou fomenta a criatividade.

E não podemos esquecer que a natureza nos oferece nosso ar puro, a água, os alimentos e o ambiente em que vivemos! Isto é, a natureza é nossa fonte de vida.

**APROXIME-SE
DA NATUREZA E
DESCUBRA TODOS
OS BENEFÍCIOS
QUE VOCÊ PODE
EXPERIMENTAR**

Proteger a natureza para proteger nossa saúde

Até hoje, a economia mundial cresceu às custas de destruir o planeta, mas esta destruição se virou contra a própria economia. Tanto é assim que “o dano ambiental causado pelo homem” e “a perda de biodiversidade” ocupam posições de destaque na classificação do último *Relatório de riscos globais do Fórum Econômico Mundial*, e a Agência Europeia do Meio Ambiente estabeleceu a Saúde e o meio ambiente como um de seus sete centros temáticos.

Os principais problemas no meio ambiente relacionados com a saúde humana são: a poluição do ar, água e solos, o barulho, as emissões químicas, a poluição alimentar e as consequências da mudança climática, entre outros.

O *Plano científico para enfrentar as emergências do clima, a biodiversidade e a poluição “fazer as pazes com a natureza”*, da OMS, demonstra que temos a capacidade de transformar nosso impacto no planeta. Uma economia sustentável, impulsionada por soluções baseadas, entre outras, na natureza, mostra e demonstra que devemos trabalhar por um mundo inclusivo, em que a convivência pacífica com a natureza permitirá às pessoas ter uma melhor saúde e, portanto, levar uma vida digna em um planeta saudável.



Recomendações para uma recuperação saudável e respeitosa com o meio ambiente

- **Proteger e preservar a fonte da saúde humana: a natureza.** As pressões que exerce o ser humano sobre o ambiente, através do desflorestamento, as práticas agrícolas intensivas e poluentes, ou a gestão e o consumo não seguro de espécies silvestres, minam a natureza e o que ela nos oferece.
- **Investir em serviços essenciais, desde água e saneamento até energias não poluentes.** Um exemplo: cada dólar investido no fortalecimento da Lei de ar limpo dos Estados Unidos da América se transformou em um lucro de 30 dólares para os cidadãos americanos em termos de melhoria da qualidade do ar e da saúde.

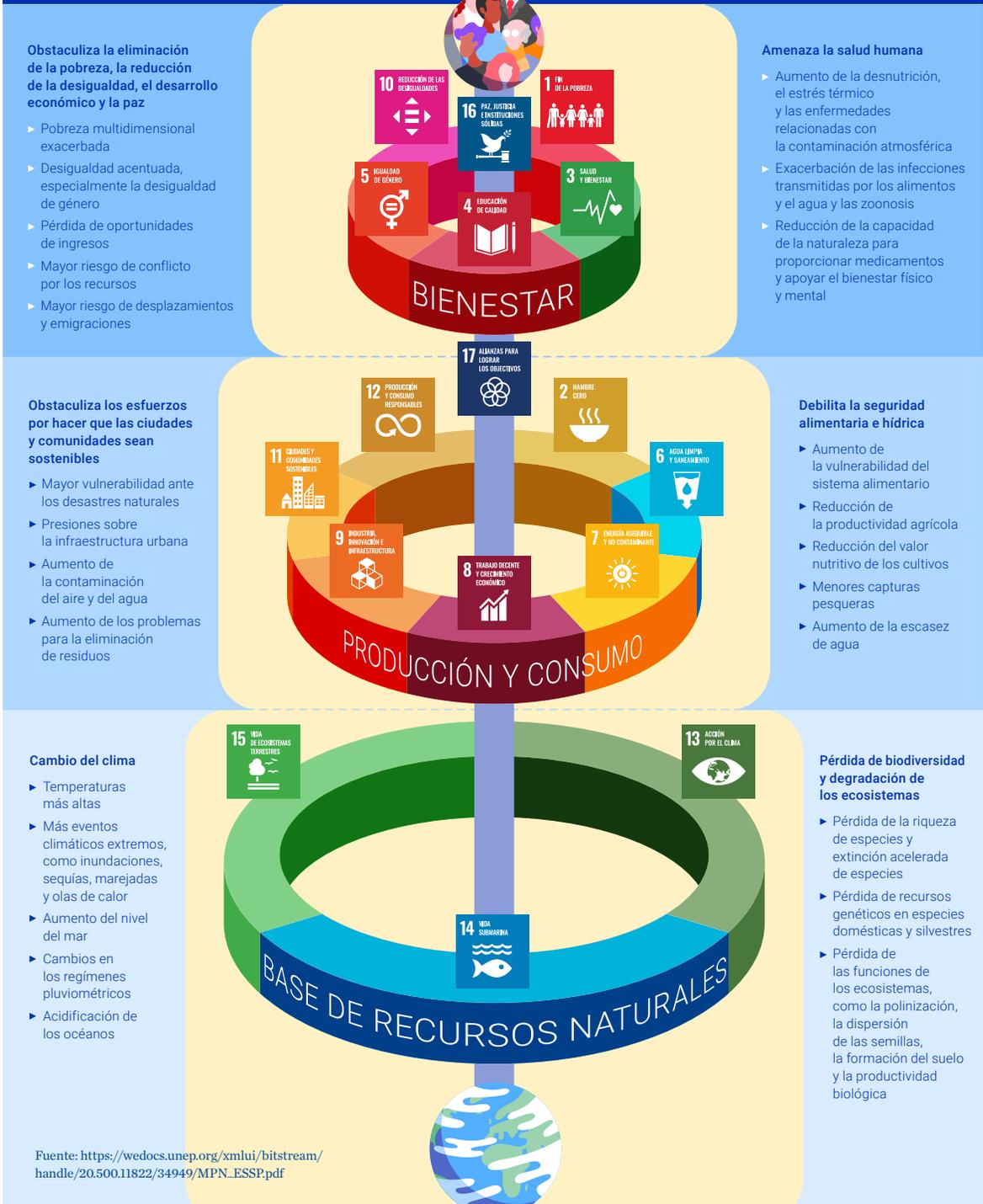
- **Assegurar uma transição energética rápida em pró da saúde.** Atualmente, mais de sete milhões de pessoas morrem a cada ano por causa da exposição à poluição do ar (isto é, uma de cada oito mortes). Uma transição mundial rápida para o uso de energias não poluentes não só significaria alcançar o objetivo do Acordo de Paris sobre a Mudança Climática de manter o aquecimento global inferior a 2 °C, mas também melhoraria a qualidade do ar, de maneira tal que os benefícios para a saúde resultantes seriam duas vezes superiores ao custo do investimento.

- **Promover sistemas alimentares saudáveis e sustentáveis,** porque as doenças causadas pela falta de acesso a alimentos ou os regimes alimentares pouco saudáveis, e altos em calorias, são atualmente a principal causa de saúde precária entre a população mundial.
- **Construir cidades saudáveis e habitáveis,** já que mais da metade da população mundial vive atualmente em cidades, sendo elas responsáveis por mais de 60 % da atividade econômica e das emissões de gases de efeitos estufa. Utilizar o transporte público, a bicicleta ou ir a pé beneficia nossa saúde e o meio ambiente.

Fontes: OMS, ONU, Agência Europeia do Meio Ambiente e MAPFRE ESPAÑA.



La degradación ambiental amenaza el logro de los ODS





UM OUTONO DE ARTE



JUDITH JOY ROSS

**Sala Recoletos,
Madri, 24 setembro
de 2021 - 9 janeiro
de 2022**

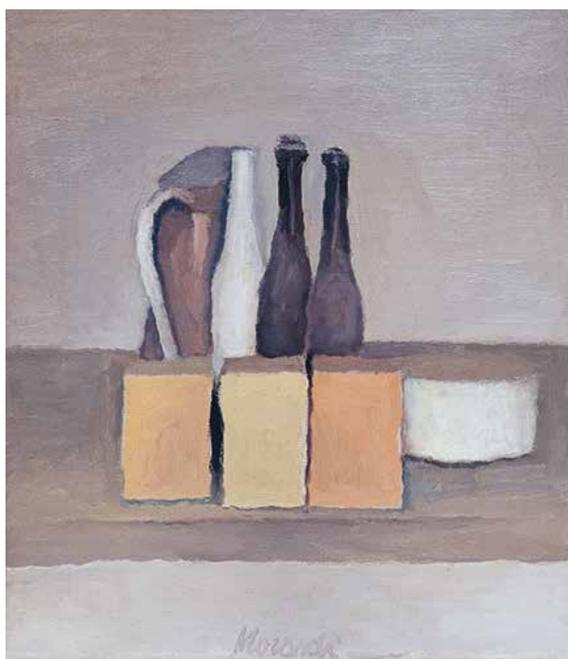
Judith Joy Ross
*Sem título, Easton,
Pensilvânia, 1988*
Untitled, Easton,
Pennsylvania
© Judith Joy Ross, courtesy
Galerie Thomas Zander,
Cologne



KBR FLAMA 21

**Centro de Fotografia
KBr Barcelona, de
30 setembro 2021 -
16 janeiro de 2022**

Blanca Munt
Alerta Mira-Sol, 2019
© Blanca Munt



MORANDI. RESSONÂNCIA INFINITA

**Sala Recoletos,
Madri, 24 setembro
de 2021 - 9 janeiro
de 2022**

Giorgio Morandi
*Natura morta [Natureza
morta], 1942*
Fondazione Magnani-Rocca,
Mamiano di Traversetolo,
Parma
© Giorgio Morandi, VEGAP,
Madri, 2021



PAOLO GASPARINI. CAMPO DE IMAGENS

**Centro de Fotografia
KBr Barcelona, de
30 setembro 2021 -
16 janeiro de 2022**

Paolo Gasparini
*Miliciano, Trindade,
Cuba, 1961*
Coleções Fundación
MAPFRE
© Paolo Gasparini



Los números son importantes, pero **las historias individuales y familiares** detrás de cada cifra **son nuestro verdadero motor.**

4.385

reinsersiones de
personas con
discapacidad
logradas desde
2010

502

candidatos
consiguieron un
puesto de trabajo
en 2020

36.048

personas se
benefician de
nuestros
programas

*Juntos somos **Capaces***

Fundación **MAPFRE**

O MUNDO DA MAPFRE

#112

