

 **MAPFRE**

Encuentro digital con Antonio Huertas

— Contenido íntegro —



Índice

Clica sobre el nombre para ver la pregunta y respuesta.
Si deseas ver el documento entero, haz click [aquí](#).



A

- Abad Cornago, Pilar
- Abad García, Susana
- Agustín Collantes, María Eloisa
- Álvarez Ansaldo, Alfonso
- Amaro Laguna, Francisco
- Andrés Salvador, María Dolores
- Andrés Salvador, María Dolores
- Arana Cabrera, Clara
- Arana Galicia, Ernesto Javier
- Araujo Bacchereti, Lucimara
- Archilla Fraticelli, Monike
- Arias, Fernando

B

- Barasoain Rodrigo, Sergio
- Barona Rasco, Leopoldo
- Berardi, Eva
- Berrueco Serra, Feliciano
- Brau Zapata, Francisco Javier

C

- Cajamarca Gil, Luis Mauricio
 - Caniego Cortés, David
 - Cano García, Fernando
 - Carmona Videla, Juan Pablo Rodríguez
 - Carmona Videla, Juan Pablo Rodríguez
 - Carmona Videla, Juan Pablo Rodríguez
 - Carmona Videla, Juan Pablo Rodríguez
 - Carmona Videla, Juan Pablo Rodríguez
 - Carty, Suzanne
 - Carty, Suzanne
 - Castaneda Donate, Sergio E.
 - Cervantes Sosa, Leonardo
 - Cordeiro Calado, Antonela
 - Coto Gonzáles, Felix
 - Cruz Romero, Joaquín
 - Crosby, William
- ## D
- Dalterio, Lisa
 - De Pablos Sanz, Adolfo

- Del Carmen Pérez, María
- Dionisio Sánchez, Joaquín
- Díaz, Yudith

E

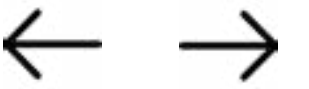
- Esteller Escolano, Rubén
- Esteller Escolano, Rubén
- Esteller Escolano, Rubén

F

- Fernandez Gil, Francisco Javier
- Fernández-Quevedo Rubio, Belén
- Fernández González, Antonio Faustino
- Fisher, Emily

G

- Gaines, Christina
- Gamboa Martínez, Mario Eduardo
- García Bello, Leopoldo
- García-Dorrego Hernández, Sonia
- García March, Marcos
- Geotis, Joan



- Gocha, Sara
- Gómez Ocaña, José Antonio
- Gómez Regalado, Lucia
- Gómez Regalado, Lucia
- Gonzáles Vicente, María Emilia
- González Domínguez, Felipe
- González Domínguez, Felipe
- González Gutierrez, Estrella
- González Gutierrez, Estrella
- Grover, Joshua
- González Terriza, Jorge
- Groleau, Tina

H

- Hernández Colón, Melany
- Hernández, Juan José
- Hidalgo Gutierrez, María Teresa
- Hidalgo Gutierrez, María Teresa
- Hinojosa Avalos, Gilda

I

- Ivegui González, Guillermo

J

- Jarominski, Donna
- Jimenez Rosón, Francisco José

K

- Karlstad, Gail
- Kujawski, Melanie

L

- Llorente Barroso, Natalia
- Loffreda Gorayb, Martisela
- Loffreda Gorayb, Martisela
- Ludovico Corsatto, Eloa
- Luna Rodríguez, Raúl
- López Liebana, Juan Pedro
- López Martin, Carolina

M

- Maisel, Melissa
- Martinez, Joshua
- Martín Pose, Mario
- Martínez García, José Luis
- May, Alicia
- McCormick, Maureen
- McCormick, Maureen
- Mckay, Heasley
- Méndez Egea, Manuel
- Merodio Gonzalez de Belandia, Baldric
- Mochales Casas, Manuel

- Montiel Maceda, Mónica
- Morcillo Laiza, Gonzalo
- Moyano Robledo, Isabel
- Muñoz Rodríguez, Elena

O

- Orbe, Ignacio
- Orbe, Ignacio
- Ortiz Arias, Carolina

P

- Pagan Montalvo, Vivianette
- Pascual Camino, Rafael
- Pastor Rico, Javier
- Pastor Rico, Javier
- Peñarrocha López, Sergio
- Pontes Porcel, Antonio
- Porto de Marchi, Matheus
- Power, Richard
- Power, Richard
- Pérez Piñeiro, David
- Pérez Piñeiro, David
- Pérez Piñeiro, David
- Pérez Ruiz, Rafael
- Pérez Schmidt, Andrea



Q

- Quinche Espejo, Richard

R

- Ramírez Aznar, Esther

- Regan, Sean

- Reguillo Pelayo, Eva María

- Revilla Howe, Mariana

- Revilla Howe, Mariana

- Revilla Howe, Mariana

- Rodríguez Cobos, Miguel Ángel

- Rogers, Jennifer

- Rojas Vila, Laura

- Romero, Juan

- Rosell Tena, Mariola

- Ruane, Donal

- Ruiz Ruiz, Pablo

S

- Sagra Cozar, Noelia

- Sagra Cozar, Noelia

- Sandoval Molins, Daniel

- Sawyer, María

- Sepúlveda Díaz, Roberto León

- Sierra de la Rosa, Jesus

- Sluis Jr, Peter

- Smith, Cheryl

- Smith, Cheryl

- Smith, Cheryl

- Soares Dos Santos, Maiara

- Sousa, Filipe

- Strauss, Sandra

- Strauss, Sandra

- Strauss, Sandra

- Sánchez Sopena, Gema

T

- Tortosa Rodríguez, Tomás

- Trejo Hidalgo, Laopoldo Mauricio

- Trenard Carreras, Julio A.

- Trigo López-Torrecilla, Ricardo

- Truong, Dao

- Truong, Dao

- Truong, Dao

- Truong, Dao

- Truong, Dao

U

- Ucar Zardoya, Imanol

V

- Vadell Llado, Miquel

- Valbuena Rodríguez, Antonio

- Veloso, José

- Villafranco, Exavier

- Vozmediano Adán, Sergio

- Vozmediano Adán, Sergio

W

- Wilson, Laurie

Z

- Ziayan, Hossein

- Zazo Jiménez, Raúl

Puedes descargar el contenido íntegro [aquí](#).

Vadell Llado, Miquel

¿En estos años como presidente del Grupo, cuál ha sido la situación más retadora a la que se ha tenido que enfrentar? ¿la más gratificante?

Respuesta

Miguel, sin duda alguna la más retadora ha sido aceptar que hemos atravesado la mayor crisis económica, social y política desde la segunda guerra mundial en el mundo. Y que del acierto de nuestras decisiones, de la prudencia de nuestros avances y del cuidado que tuviéramos dependían miles de puestos de trabajo.

Una vez que la tormenta está amainando de alguna manera, aunque aparecen continuamente nuevos escenarios de crisis, vemos con perspectiva que lo hemos hecho bien entre todos.

Con algunas excepciones, y que a mí me entristecen mucho, cada vez que excepcionalmente hemos tenido que tomar alguna medida de cierre de alguna actividad y, por tanto, de prescindir de los compañeros que a ella se dedicaban. Pero en general el balance es muy positivo y hemos protegido la mayor parte de nuestras actividades.

Creo que también eso es lo más gratificante, saber que podemos seguir creando oportunidades de empleo, de crecimiento profesional, y sentirse además orgulloso de trabajar en una empresa con valores, una empresa comprometida con el entorno social y que busca, ante todo, ayudar a los demás a vivir un poco mejor, a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.



Rodríguez Cobos, Miguel Angel

Ante el importante reto de la transformación digital, y teniendo en cuenta la idiosincrasia de MAPFRE, en su opinión ¿MAPFRE necesita un Chief Digital Officer como facilitador de la transición a la nueva era digital?

Respuesta

Miguel Ángel mi opinión personal es que sí, que necesitamos líderes digitales, pero no uno sino muchos. Al final debe haber una coordinación de todos los esfuerzos, porque las velocidades de desarrollo y de necesidades son distintas por países y negocios, pero ese liderazgo es necesario. Hemos llevado a cabo unas primeras experiencias, la de mayor calado en España y consideramos que ha tenido mucho éxito. Vamos a extenderla a más países y a establecer ese liderazgo corporativo global de la Digitalización del grupo.



Sierra de la Rosa, Jesús

¿Cómo va a organizarse la estructura (funcional y jerárquica) para hacer frente a las nuevas tendencias tecnológicas del mercado a las que MAPFRE necesita hacer frente para seguir siendo referente mundial como aseguradora?

Respuesta

Jesús, nuestro grupo está madurando su actual estructura. Hace cuatro años pusimos en marcha una nueva organización en todo el mundo, corporativa, regional y por países, que pretende dar respuesta a los retos a los que se enfrenta una organización multinacional como la nuestra.

Pero, como toda estructura, no debe estar grabada en piedra e irá moviéndose en función de las circunstancias que vayan apareciendo. En cualquier caso ahora debemos amoldarnos a la que tenemos en marcha y considerar que es la mejor que podemos tener. Áreas como Negocios y Clientes, Estrategia, Negocio Digital, Inversiones, Recursos Humanos, Tecnología, etc. son claves para nuestro futuro.



Dionisio Sánchez, Joaquín

¿Cuánta importancia cree que tiene el Orgullo o Sentimiento de Pertenencia a MAPFRE para el buen funcionamiento de nuestra empresa?

Respuesta

Joaquín, el sentimiento de pertenencia y de orgullo es muy importante, pero entendido en su justa medida. Como dice el dicho popular, “hay amores que matan” y, a veces, en el buen ánimo de sentirse “dueños” de la empresa, algunas personas no ven con claridad las necesidades de cambio y adaptación a los nuevos tiempos. Nos podemos convertir con ello en obstáculos.

Hay que evitar esa sensación de apropiarnos de nuestras tareas y ser flexibles y abiertos para aprender cada día y estar atentos a los nuevos aires que fluyen por todos lados. Mirad todos al lado y veréis oportunidades por doquier. Si no la veis, debéis hacer una reflexión personal para ver que os está faltando.



Trejo Hidalgo, Leopoldo Mauricio

¿Qué rol jugará MAPFRE México dentro la estrategia de desarrollo de MAPFRE LATAM en los próximos años?

Respuesta

Leopoldo, México es una de las grandes economías mundiales y la segunda en Latinoamérica. Goza de un posicionamiento geográfico y productivo envidiable, con sus relaciones privilegiadas con USA y cuenta con una población joven y grandes recursos naturales. Con todas estas características, México es un gran país para MAPFRE, país en el que llevamos ya casi treinta años.

Con esta larga historia deberíamos haber aspirado a una mejor posición de mercado y a unos resultados más sólidos y estables.

Creo que ahora estamos en el momento en el que podemos poner unas bases confiables que permitan iniciar un fuerte repunte y ganar presencia en el mercado mexicano. Seguiremos extendiéndonos por todo el territorio y aprovecharemos las oportunidades que brinda la nueva economía digital.



Arana Galicia, Ernesto Javier

La tendencia en el mercado asegurador es penetrar más la tasa de remplazo existente de retiro en los distintos países.

¿MAPFRE tiene considerado incursionar en ofrecer alternativas de Asset Managment para ofrecer soluciones de ahorro a corto, mediano y largo plazo?

Gracias

Respuesta

Ernesto, efectivamente, uno de los grandes retos de las sociedades actuales es hacer sostenible el mantenimiento de la calidad de vida de las personas que se jubilan, a la vez que las personas en activo tienen posibilidades de progresar profesional y económicamente. Cada vez hay menor población ocupada y más personas jubiladas y hay que hacer un esfuerzo importante por ayudar a todos.

La participación pública a través de los sistemas estatales de retiro es imprescindible, pero a la vez las soluciones privadas, en forma de productos previsionales a largo plazo, son también necesarias. Por ello, una empresa como MAPFRE tiene muy claro que puede colaborar con la creación y distribución de productos de ahorro que ayuden a mantener la calidad de vida de nuestras próximas generaciones de jubilados.

Pero también tenemos la obligación, como ciudadanos corporativos, de opinar y ayudar para que el sistema público siga siendo sostenible a largo plazo.



Merodio González de Belandia, Baldric

A medio y largo plazo, dado que la edad media de l@s emplead@s de MAPFRE (España) es algo elevada ¿se sabe si la futura MAPFRE va a ir por el camino del impulso a la información / automatización de procesos o se tiene intención de ir rejuveneciendo la plantilla para poder hacer frente a la cascada de jubilaciones que se avecina en no muchos años?

Gracias y saludos.



Respuesta

No hay edad elevada, sino mentes preparadas o no para asumir retos. Ninguno de nosotros debe resistirse al cambio. MAPFRE siempre ha demostrado que puede evolucionar, incorporando a todos a las nuevas realidades. Pero tenemos que colaborar para hacerlo factible. Las personas evolucionamos de manera asombrosa cuando nos lo proponemos y podemos ser muy útiles, aun siendo mayores.

Pero hay que prepararse, ser osados, no tener miedo al cambio y ver las oportunidades. La automatización de procesos es una realidad y cada vez se nos necesitará menos en tareas manuales con menor valor. Aprovechémoslo para plantearnos nuevos retos dentro de la empresa. El proceso de relevo generacional en MAPFRE es ejemplar y se ha ido haciendo desde siempre, sin traumas y con la satisfacción de todos, de los que se han ido yendo y de los que se quedan.

Ahora conviven en MAPFRE cinco generaciones, con la siguiente distribución, y debemos gestionar con éxito esta extraordinaria oportunidad:

De 30 a 39 años: **31,9%**

De 40 a 49 años: **27,9%**

Menores de 30 años: **24,3%**

Mayores de 50 años: **15,9%**

Martínez García, José Luis

¿Qué planes tiene MAPFRE para aumentar su presencia en países de la Unión Europea, o para llegar a acuerdos con compañías de éstos con el fin de poder dar servicio a empresas españolas con actividad en la zona?

Respuesta

José Luis, los planes están en marcha desde hace tiempo. Nos propusimos incrementar nuestra presencia en otros países europeos y ya se han dado pasos importantes. En seguros, nuestra presencia en Turquía, cuartos del mercado, Malta donde somos líderes, en Italia, segundos en negocio digital de autos o en Alemania, es muy importante.

Además MAPFRE ASISTENCIA y MAPFRE GLOBAL RISKS y MAPFRE RE tienen presencia directa en varios países. En el caso concreto de MAPFRE GLOBAL RISKS, a través de su oficina de Londres, París y Milán, está ganando presencia en el aseguramiento de los grandes grupos industriales europeos y sirve también a las empresas españolas que tienen operaciones en Europa. Poco a poco iremos creando productos adicionales en nuestras filiales aseguradoras para poder completar nuestra oferta.



Jiménez Rosón, Francisco José

¿Qué importancia e impacto cree que tendrá/tiene para MAPFRE y para cualquier cliente potencial en el sector seguros la figura del CIBER ASESOR PERSONAL en particular? ¿Y los contact center, en general?

Gracias. Un afectuoso saludo desde tierras abulenses «presi».

Respuesta

Francisco José, el asesoramiento “virtual” está a punto de ser una realidad. La inteligencia cognitiva va a acompañarnos en todo lo que hagamos y las máquinas van a aprender de nosotros, en lo que hagamos y podrán en muchos casos mejorar el comportamiento humano, al reducir los errores. Pero no tengo ninguna duda de que el asesoramiento personalizado de calidad del profesional asegurador seguirá siendo una necesidad, siempre que aporte valor.

Los agentes y asesores deben estar más preparados, utilizar la tecnología y todas las herramientas de contacto con el cliente y de gestión de manera masiva y prepararse para competir con otros escenarios. No hay que asustarse por nada, solo prepararse. El ejemplo de los contact center es claro. Cada vez más las tareas repetitivas pueden ser resueltas por las máquinas. El asesoramiento profesional de alta calidad especializado, no. Ahí está la clave.



Méndez Egea, Manuel

Hola Señor Huertas, mi pregunta: ¿Cuál es el futuro del colectivo pericial dentro de Mapfre, en especial en autos?

Muchas gracias.

Respuesta

Manuel, como en todas las áreas de la empresa, las nuevas tecnologías están presentando importantes oportunidades para desarrollar procesos más eficientes. Uno de los grandes activos de MAPFRE en la gestión del seguro de automóviles ha sido siempre la fortaleza técnica de los más de 1.000 peritos que emplea en todo el mundo.

Y ese aspecto no debe descuidarse. Pero debe evolucionar, al amparo de esas nuevas herramientas, para que no pierda su esencia de control del coste. Podemos revisar y analizar costes de reparación sin necesidad de analizarlo todo insitu, y debemos hacer evolucionar la profesión hacia un control de calidad y de servicio, más que a un control puro de costes de reparación, porque eso ya va a venir dado por las herramientas a las que me refiero.



Esteller Escolano, Rubén

¿De que manera cree que va a afectar el proceso de reestructuración del sistema bancario? ¿Qué se prevé a corto plazo?

Respuesta

Rubén, entiendo que te refieres a en qué puede afectar al mercado asegurador. La respuesta es en mucho. Ya ha cambiado en los últimos años, las Cajas de Ahorro que desaparecieron casi en su totalidad provocaron una mayor concentración de la distribución y todos los bancos están buscando soluciones para desinvertir total o parcialmente en compañías de seguros.

Es previsible que si hay más fusiones bancarias, como parece que así va a ser, sus negocios aseguradores sean fusionados o adquiridos por otras compañías. Grandes compañías como MAPFRE deberían tener oportunidades de participar en estos procesos.



Cano García, Fernando

¿Se espera en el mercado nacional español o internacional grandes fusiones entre compañías aseguradoras similar a los vividos en la banca estos últimos años?

Respuesta

Fernando, la respuesta es sí, en ambos casos. En España no cabe duda que la fragmentación del mercado es excesiva y no pueden sobrevivir más de 20 o 25 grupos aseguradores de cierta entidad. La regulación y la supervisión deberían orientarse de manera más práctica a la protección de los derechos del cliente y la garantía del cumplimiento de las obligaciones que a corto, medio y largo plazo tenemos con él.

Eso va a llegar y las entidades más pequeñas tendrán que desaparecer o integrarse en otras de mayor tamaño.

En el mundo en general hay fusiones y adquisiciones de manera continuada, buscando una mayor escala para ganar eficiencia y completar las carencias en presencia geográfica o de productos.



Muñoz Rodríguez, Elena

¿Cómo imaginas la oficina del año 2035?
¿Crees que seguirá existiendo?

Respuesta

Elena, en un horizonte temporal de 15 o 20 años es difícil predecir, y lo más normal es que nos equivoquemos. Pero no cabe duda de que todo va evolucionando. La oficina como punto de encuentro único con el cliente será diferente. El cliente y el gestor comercial de sus seguros dispondrán de una movilidad absoluta. La relación será directa y virtual.

La mayor parte de los procesos de venta y de servicio se desencadenarán de manera automatizada y personalizada a los gustos del cliente, gracias a la inteligencia cognitiva. Tendremos oficinas, pero serán diferentes, con otros servicios y absolutamente integradas en el mundo digital.



Moyano Robledo, Isabel

Presidente ¿Cómo será la MAPFRE de 2027?

Respuesta

Isabel, es difícil aventurar en 10 años cómo va a ser el mundo y por tanto cómo será nuestra empresa. Mi sueño es que tengamos una empresa que mantenga sus principios y valores, su fuerte cultura interna, pero a la vez que haya podido adaptarse a los retos sociales, tecnológicos y de mercado que ya se avecinan. Debemos seguir luchando por el liderazgo, no solo en primas y clientes, sino en ofrecer soluciones innovadoras.

Ser una compañía ágil, eficiente, y capaz de proporcionar al cliente particular y empresarial todas las soluciones que demande. El mundo será diferente, pero nosotros continuaremos siendo la compañía que dé confianza. Ese es nuestro reto.



Pastor Rico, Javier

Tanto precio como servicio, son muy importantes en la distribución de seguros, pero el coste es determinante ¿una mayor integración de banca y seguros será conveniente o deseable en los próximos años?

Respuesta

Estoy de acuerdo contigo, Javier, y eso hace que la propuesta de MAPFRE sea más diferenciadora que otras. Precio y servicio son inseparables si queremos tener éxito. El servicio que ofrecemos debe ser el mejor a un precio adecuado. Podemos y debemos tener productos de distintos niveles de precio y cobertura, pero todos con un nivel de calidad bueno, que iguale o supere las expectativas del cliente.

No creo que la solución sea la integración de banca y seguros. Nuestra fortaleza está en el asesoramiento personalizado y en la especialización en la gestión del producto, ninguna de las cuales tiene el Banco. Podemos gestionar con costes bajos para tener precios asequibles con nuestro propio modelo.



Esteller Escolano, Rubén

Hablando de sistemas de pensiones, ¿cree usted que sería adecuado en España el sistema de “mochila austriaca”?

Respuesta

Rubén, todos somos conscientes de que en España, al igual que ha ocurrido en otros países, el sistema único de pensión pública no va ser suficiente para garantizar un adecuado poder adquisitivo a nuestros jubilados. Se precisa complementar el sistema público con un sistema de capitalización individual, vinculado a la vida laboral, y que permitiría a las próximas generaciones de jubilados con dos pensiones, una pública y otra privada. (Cont.)

(Cont.) El sistema de mochila austriaca es una variante de entre las varias que hay, y consiste en eso, una “hucha individual”, con aportación del trabajador y de la empresa, y que sigue al trabajador durante toda su vida laboral, allá donde trabaje.



Esteller Escolano, Rubén

¿No cree que África supone una gran oportunidad estratégica para una empresa como MAPFRE? Está en pleno proceso de internacionalización, millones de habitantes, por su proximidad y fuertes vínculos con Europa.

Respuesta

Rubén, sin duda, África es un gran continente que presenta oportunidades. MAPFRE ya opera en este continente a través de MAPFRE RE, GLOBAL RISKS y ASISTENCIA. No descartamos en el futuro realizar alguna inversión en actividad aseguradora, pero tenemos que priorizar y los recursos son siempre limitados.



Tortosa Rodríguez, Tomás

Presidente, ¿cómo afrontamos en MAPFRE los nuevos retos, como los de la economía colaborativa en seguros, vamos, la aseguradora que acaba de lanzar en estos días BBVA Munoseguros?

Respuesta

(Cont.) Tomás, la economía colaborativa es una nueva realidad que hay que conocer e integrar dentro de nuestra actividad. Es una tendencia fresca, divergente y demandada. Pero debemos ser conscientes de que muchas veces viene disfrazada y lo que oculta son intentos firmes de remover los cimientos de la sociedad en la que vivimos.

(Cont.) Las actividades empresariales deben ser desarrolladas en un entorno seguro y confiable para que tanto trabajadores como clientes conozcan con certeza el marco jurídico en el que se mueven y todos tengan la protección del Estado de derecho. Pero para eso se precisa que las relaciones sean transparentes y equilibradas y que el nivel de competencia sea homogéneo, tanto para los nuevos como para los competidores más veteranos, con las mismas reglas de juego.

Dentro de ese mundo, efectivamente, puede haber oportunidades, aunque también hay que considerar que muchas veces los modelos de negocio no son sostenibles.

No hay nada más colaborativo que la actividad aseguradora, ya que los clientes se ponen de acuerdo, dentro de un marco jurídico común, para realizar una aportación definida individual que pueda ayudar a aliviar la carga económica de aquellos a los que les ocurre una contingencia.



Pérez Piñeiro, David

Estimado Antonio,

Si tuvieras que definir una habilidad o una competencia que un empleado MAPFRE debe tener para ser un buen profesional, ¿Cuál sería?

Muchas gracias

Respuesta

David, sin duda la capacidad de integrarse como jugador de equipo y sentirse capaz de aportar valor al mismo. Capacidad de aprendizaje, de adaptación a los cambios y una buena dosis de ambición profesional para prosperar. Las personas deben estar orientadas a objetivos y, por supuesto, dedicar un esfuerzo suficiente para su consecución.



Pérez Piñeiro, David

Estimado Antonio,

Son muchos los retos y cambios que una aseguradora como MAPFRE debe abordar en los próximos años (pólizas por uso, coches autopilotados, economía colaborativa, nuevas necesidades de consumidores digitales, etc). ¿Dónde ve a MAPFRE dentro de 10 años?

Muchas gracias

Respuesta

David, echa un vistazo a las anteriores preguntas, porque ya he respondido a alguna compañera en este sentido.



Pérez Piñeiro, David

Estimado Antonio,

Parece que el sector financiero español comenzará en breve un proceso de fusiones y compras. Teniendo en cuenta nuestra relación con el sector, ¿Se prevé un proceso de consolidación del sector asegurador a corto plazo, a través de compras y adquisiciones?

Respuesta

David, claramente el sector asegurador se enfrenta a un proceso de consolidación. No tanto por el proceso futuro de posibles fusiones de compañías bancarias, que ya está hecho en gran parte, sino por la fragmentación excesiva que hay en el mercado puramente asegurador. Las grandes cada vez lo somos más y vamos arrinconando a las pequeñas. Tener más de 200 aseguradoras operando no crea oportunidades de escala para la mayoría de ellas y además sienten la presión regulatoria como un listón difícil de superar para ellas.



Reguillo Pelayo, Eva María

Buenos Días Sr. Huertas,

En alguna de sus ponencias ha comentado la necesidad de un rejuvenecimiento de la plantilla en MAPFRE, agradecería si indicara con mas detalle cuáles son las políticas o acciones que la Compañía tiene planificadas al respecto.

Muchas Gracias.

Respuesta

Eva María, debe tratarse de un error, pero nunca he hablado de la necesidad de rejuvenecimiento de nuestra plantilla. MAPFRE desarrolla desde siempre un proceso ejemplar de convivencia de generaciones diferentes dentro de sus equipos y recientemente hemos reforzado el plan para favorecer la integración de todos dentro de los mismos espacios de trabajo.

La edad no está en el cuerpo solamente, sino también en la actitud, en la predisposición para el cambio y la adaptación y todos, veteranos y más jóvenes son necesarios para el cumplimiento de nuestros objetivos.

Pero hay que tener en cuenta que los clientes también envejecen y llegan nuevas generaciones demandando nuevos servicios, herramientas y capacidades de la empresa que tenemos que estar dispuestos a ofrecer como compañía líder que somos.



Pascual Camino, Rafael

Buenos días Sr. Huertas, una vez que finalice la vida activa en Tenis de Rafa Nadal ¿Quién será el nuevo embajador de la marca MAPFRE? ¿Qué le parece descubrir nuevos líderes de opinión en la ciencia y/o investigación que también puedan ser un referente social en sacrificio y valores? Esta propuesta va 'contra corriente', donde cualquiera puede ser 'influencer' en las redes sociales sin un valor o trayectoria. Muchas gracias y un cordial saludo.

Respuesta

Rafael, afortunadamente todavía Rafa Nadal está al máximo nivel, como lo atestigua su juego durante este año. Acabamos de renovar su contrato por un periodo de otros tres años. Siempre estamos analizando oportunidades de contar con otros personajes de relevancia social y que vayan con los valores de MAPFRE. Pero hay que tener en cuenta que en los patrocinios se busca un retorno en imagen adecuado.

El deporte crea mitos que son seguidos por millones de personas, lo que, por desgracia, no ocurre con muchas otras actividades como las que comentas. Para trasladar nuestra preocupación por la ciencia y la investigación, MAPFRE, a través de su Fundación, desarrolla una actividad continua de mecenazgo y apoyo a la investigación, además de reconocer cada año a referentes mundiales en distintas capacidades a través de los Premios Fundación MAPFRE.



Coto González, Felix

Buenos días Presidente. Tras la espectacular evolución de la acción de MAPFRE en el último año y medio en el que ha duplicado su valor ¿cree que aún tiene recorrido? ¿veremos la acción de MAPFRE en los cuatro euros? Gracias. Saludos.

Respuesta

Felix, es verdad, la recuperación y el mantenimiento del valor de la acción en estos últimos 18 meses ha sido espectacular. Pero también es verdad que el mercado nos había “maltratado” anteriormente llevando el valor demasiado abajo. Los analistas están reconociendo el enorme esfuerzo que está haciendo la compañía por presentar resultados sostenibles y mejorables en el tiempo y alaban nuestro enfoque estratégico.

Tenemos ahora que demostrar que los pasos que estamos dando producen resultados predecibles, y afianzar, aún más los negocios más débiles. El recorrido de la acción dependerá de nosotros mismos, de nuestros resultados.



Cordeiro Calado, Antonela

¿Qué impacto cree puede tener la llegada de los Chatbots a los Call Centers de Asistencia?

Respuesta

Antonela, los chatbots van a ser una herramienta más para mecanizar contactos sencillos con los clientes. MAPFRE ha puesto recientemente alguno de ellos en marcha, por ejemplo, en el área de relaciones con medios de comunicación y seguirán desarrollándose más. Pero todavía son poco intuitivos y tendrá que avanzar más la inteligencia cognitiva para ser realmente útiles. Los contact centers continuarán siendo la referencia de la atención, aunque pensando que ya no es la llamada el medio fundamental de contacto, sino que a través del smartphone el cliente y la empresa pueden interactuar con más flexibilidad.



Fernández Gil, Francisco Javier

Me gustaría conocer cual es la estrategia de MAPFRE respecto a la transformación digital. Oímos hablar continuamente de ello pero sería interesante conocer en concreto qué quiere hacer MAPFRE al respecto, qué tecnología piensa usar, qué tipo de dispositivos tiene pensados utilizar para interactuar (clientes, proveedores, mediadores, empleados, etc.). ¿Cómo nos preparamos para estar continuamente en línea con lo que demanda la sociedad?

Gracias.

Respuesta

Francisco Javier, por todos lados se habla de la transformación digital y son pocos los que, a mi entender, tienen un enfoque claro y orientado a transformar el negocio. El día a día, los procesos operacionales y los sistemas tecnológicos vigentes no facilitan el cambio de un día para otro. Por otro lado, la transformación digital muchas veces se entiende como una simplificación extrema de todo lo que hacemos y dejar de considerar importantes muchas cosas que hasta ahora eran trascendentales en nuestra gestión, en cuanto a controles y aspectos técnicos. Y, finalmente, no hay actualmente proceso de transformación tecnológica que no erosione los márgenes del negocio, tanto por las fuertes inversiones que se deben realizar como por las expectativas del cliente en cuanto al precio que debe pagar. Un escenario complejo que hay que gestionar.

Nuestro enfoque es muy práctico y vamos a reforzar en estos próximos meses nuestro proceso de transformación, insistiendo en que TODA LA ESTRATEGIA pasa por la digitalización, con refuerzo y aceleración, por tanto, de todo este proceso. Incluimos ahora a las personas, claves en todo esto y que tienen que ayudar a que el reto digital sea una tarea de todos, a todos los niveles en la empresa.



Vozmediano Adán, Sergio

Estimado Sr. Huertas, mi pregunta va más enfocada a qué hobbies o aficiones tienes en el poco tiempo que pueda dejarte el desempeño de tus funciones. Soy conocedor a través de tus publicaciones en redes sociales de tu afición a la bicicleta. ¿Qué valores consideras que puedes trasladar al mundo empresarial de la práctica del deporte en esa simbiosis existente entre persona física y persona jurídica?

Respuesta

Sergio, como sabes soy una persona bastante normal que busca desde siempre un equilibrio adecuado entre la empresa y la vida personal. A medida que he ido adquiriendo mayor madurez profesional también he ido ganando en lo personal, priorizando mejor mi agenda y separando lo importante de lo urgente. Aun así, efectivamente, cuesta sacar tiempo para las aficiones personales, pero si se intenta, se consigue.

Me gusta ir al cine todos los domingos por la tarde con mi mujer, salir a cenar o a "tapear" con amigos, caminar por Madrid y conocer todos sus rincones recónditos y, por supuesto, leer. Leo menos ficción de lo que me gustaría, pero me apasiona. Y como dices, la bici de montaña también. Me obliga a entrenarme en los viajes, a levantarme muy temprano en los hoteles, a practicar en casa por las noches, para luego el domingo poder estar "a la altura".



Abad García, Susana

Me gustaría saber si MAPFRE está estudiando la posibilidad de implantar el teletrabajo, sobre todo en la provincia de Madrid, con el ánimo de favorecer tanto el medio ambiente como la conciliación familiar.

Respuesta

Susana, MAPFRE lleva experimentando con el teletrabajo bastante tiempo y las conclusiones son positivas. En cualquier caso, tiene sus limitaciones y debe abordarse de una manera coordinada. Estoy de acuerdo que hoy día en las grandes ciudades el desplazamiento a los lugares de trabajo es complicado y que para los padres jóvenes es un problema para la conciliación de la vida familiar con el trabajo.

Pero también es cierto que el trabajo tiene un alto componente de colaboración y entendimiento en equipo, que resulta muy difícil sustituir cuando uno labora en solitario en su hogar. Para determinadas actividades y de manera combinada con la presencia en el puesto físico de trabajo, fomentaremos la ampliación del teletrabajo.

Por ello, el proyecto corporativo de nuevas formas de trabajo contempla un modelo de trabajo flexible (flexibilidad temporal -horarios- y espacial -trabajo en remoto), más que un sistema de teletrabajo. El objetivo del trabajo flexible es, por un lado, incrementar la eficiencia, y por otro contribuir a la conciliación. En España estamos trabajando en un proyecto de trabajo en remoto que incluye, en parte, el teletrabajo, hemos diseñado un modelo acorde con la actividad que realizamos y tenemos establecidos hitos para su implantación.

Concretamente, a partir de octubre de 2017 tenemos prevista la implantación progresiva en Madrid, en el CUE (centro unificado de emisión) y SI24 en Llodio. También queremos implantarlo en los distintos CCC.



Montiel Maceda, Mónica

Buenos días. ¿Por qué es tan difícil cambiar de puesto o aspirar a ser mas dentro de la empresa, en las sedes de Valencia? Apenas hay movilidad.

Muchas Gracias por esta oportunidad, tal vez le parezca una pregunta absurda pero, para los que trabajamos en Valencia, es importante. Un Cordial Saludo

Respuesta

Mónica, en MAPFRE hay mucha movilidad, de hecho es uno de los pilares de la estrategia de desarrollo de talento. La movilidad es geográfica y funcional. Y la información sobre las vacantes nacionales es pública y ya lo va a ser la de las internacionales también. Pero para eso hay que estar no solo predispuesto, sino muy preparado para los retos que se afrontan y competir con otros muchos compañeros que optan a los mismos retos.

En cualquier caso te apunto que la media de promociones en la DGT del año pasado fue de 10, y la de cambios de función, de 18 personas, en línea con la media de toda España. Sí es cierto que no hubo ninguna salida al exterior procedente de esa zona. Hay que tener en cuenta, además, que la plantilla en la DGT es muy numerosa por la gran cuota de mercado que tenemos en toda la región.

Pero te animo a que sigas intentándolo.



Gómez Regalado, Lucía

Sin duda, ahora nos enfrentamos al reto de la transformación digital. ¿Qué nuevos retos cree que se avecinarán una vez superado éste?

Respuesta

Lucía, el resto de la transformación digital no es un hito sin más, sino que es un proceso cultural que no va a tener fin. La tecnología disruptiva presenta caras infinitas y los avances que se consigan en inteligencia artificial, robotización, relación entre las máquinas y el ser humano, etc presentan vías diferentes y continuas de desarrollo. Creo que los retos básicos continuarán siendo la capacidad de ofrecer al cliente lo que espera y hacerlo con un nivel de diferenciación suficiente, a un coste adecuado que permita que los precios sean bajos y competitivos, manteniendo los márgenes del negocio.



Gómez Regalado, Lucía

¿Qué puestos nuevos cree que serán clave en la MAPFRE de 2027 y cuáles cree que serán los perfiles más demandados para cubrirlos?

Respuesta

Lucía, somos una compañía de seguros y siempre vamos a seguir demandando profesionales del mundo asegurador, expertos en suscripción, en distribución, en prestaciones, en finanzas, en inversiones, etc. Pero todos estos puestos cada vez tendrán una capa tecnológica mayor, los expertos técnicos deberán ser a la vez muy hábiles con las nuevas tecnologías y dúctiles para adaptarse rápidamente a los nuevos retos.

Está muy de moda pensar que solo harán falta personas del perfil STEM (Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas). Es cierto que la gestión del dato, la digitalización y el diseño de procesos pasan a tener una posición privilegiada dentro de cualquier actividad. Pero no nos podemos olvidar de lo principal de nuestra actividad: vender, gestionar riesgos y prestar servicios de alta calidad.

Seguirán siendo profesiones claves junto a las nuevas que ya he comentado. En cualquier caso, la formación de las personas no puede ser exclusivamente finalista, en función de a qué me voy a dedicar, sino que los mejores profesionales son siempre personas bien formadas en otros ámbitos y con una buena base educativa general.



Brau Zapata, Francisco Javier

¿En qué medida puede impactar la tecnología blockchain a nuestros seguros?

Respuesta

Francisco Javier, sin duda alguna afectará, pero en positivo. Todos los avances tecnológicos observados en los últimos años van destinados a facilitar el control por parte del usuario del proceso, sea el cliente, el agente, el empleado y depender cada vez menos de “la programación”. Los procesos antiguos estaban incrustados dentro de la herramienta y era muy difícil hacerlos evolucionar para ser más ágiles.

Las tecnologías blockchain vienen a acelerar la relación entre usuarios, garantizando una confiabilidad absoluta. Se eliminan “intermediarios validadores” en los procesos y se garantiza una unicidad del acto, el que sea, un contrato, un servicio, un préstamo. Todavía muy alejada del día a día pero podremos ver cómo procesos que ahora son lentos y costosos se acelerarán para ser prácticamente inmediatos y mucho más económicos.



Vozmediano Adán, Sergio

Estimado Sr. Huertas, recientemente se ha publicado el informe merco que te sitúa entre los 20 principales líderes empresariales españoles, ¿Qué significa tanto para ti, cómo para MAPFRE este reconocimiento?

Respuesta

Sergio, en el aspecto profesional es motivo de orgullo que MAPFRE se sitúe en los niveles más altos de reconocimiento público y reputacional. Somos una empresa que mantiene un perfil público prudente y que preferimos que se nos juzgue por lo que hacemos y no por lo que decimos. Aunque es obvio que la Comunicación externa debe jugar un rol muy relevante y cada vez somos más activos para “vender” mejor lo que hacemos.

Somos una gran empresa y estas distinciones vienen a corroborar lo que todos sabemos. Debe ser muy positivo para todos los que trabajamos en MAPFRE.

En el aspecto personal, es halagador saber que se reconoce el trabajo y el esfuerzo de liderazgo estratégico que hacemos y que hemos podido proteger a MAPFRE en estos años difíciles, además de haber contribuido a desarrollar un nuevo modelo de empresa, más adecuado para los tiempos que vivimos. En cualquier caso, las personas que trabajamos en MAPFRE, todas, nos debemos felicitar por lo que conseguimos como Grupo, que es la suma de los esfuerzos individuales de cada uno de nosotros.



Luna Rodríguez, Raúl

Mi pregunta es de índole más técnico: hace poco un correo de un asegurado se me perdió porque lo escribí mal: puso “mafre.com” sin la “p”. Tenemos recursos técnicos para resolver esto, pero no lo hacemos. ¿Por qué?

Respuesta

Raúl, todo menos la muerte tiene solución en esta vida. Contacta con el área de soporte informático y a ver qué te pueden decir.



Sánchez Sopeña, Gema

Buenos días Sr. Huertas, habiendo un Área Corporativa de Administración, Auditoría, RRHH, Clientes, Operaciones, ¿no se ha planteado la existencia de un Área Técnica Corporativa?

Muchas gracias por esta oportunidad.

Respuesta

Gema, es una sugerencia magnífica y de hecho ya estamos poniéndola en marcha. Dentro del área corporativa de Negocios y Clientes se ha creado un departamento técnico corporativo, que tiene la responsabilidad de analizar la evolución de los negocios y hacer el seguimiento de los planes de corrección y desarrollo de los mismos en todo el mundo.

En paralelo, en cada región tenemos también un responsable técnico que sirve de canalizador de la información y de las propuestas de trabajo con los países.



Arana Cabrera, Clara

En su discurso de la reciente Convención nos hablaba de cómo debemos ir adaptándonos todos a los nuevos tiempos, no solamente la gente joven que vamos incorporándonos a MAPFRE ¿Cómo podríamos lograr compaginar la experiencia de nuestros mayores con los nuevos modos de hacer que proponemos los más jóvenes para realmente ir evolucionando por el camino correcto?

Respuesta

Clara, la convivencia generacional es un magnífico don que tenemos que aprovechar. No todas las empresas pueden presumir de tener personas con 40, 30, 20, 10 y 5 años de experiencia. Es fantástico. Teniendo en cuenta el estilo y la cultura de MAPFRE, donde todos nos integramos, donde las relaciones personales son fantásticas y donde todos tratamos de ayudarnos los unos a los otros, las posibilidades son infinitas.

Hoy día más, porque los más jóvenes aportáis habilidades que a los más veteranos les cuesta desarrollar, pero a la vez los veteranos son la historia viva del porqué de las cosas. Y eso es muy necesario. Antes de cambiar algo hay que entender por qué se hace así. E ir a la raíz de los procesos. Y comprender muy bien los objetivos de la empresa. Y para eso nos necesitamos todos, los que tienen canas y los que no.



Hernández, Juan José

Si pudieras sentarte con tu Yo de hace 10 años, ¿qué consejo le hubieras dado a tu Yo más joven?

Respuesta

Juanjo, difícil pregunta. Me hubiera autoaconsejado así; no hay prisa en la vida, aprovecha todo lo que te ofrece, no descuides a tu familia y, sobre todo, aprende, estudia todo lo que puedas y abre tu mente.



González Gutiérrez, Estrella

Sr. Huertas, alguno de los motivos por los que no ha sido posible coincidir la Convención con nuestro “estreno”, ha sido por las trabas burocráticas de la Comisión Reguladora de Seguros en China y la facilidad para cambiar leyes casi de forma inmediata.

GRACIAS

Respuesta

Estrella, en China continuamos trabajando para obtener la licencia para nuestro proyecto asegurador, pero efectivamente la tramitación administrativa no es tan fácil como pensábamos. En cualquier caso nuestro compromiso con China está fuera de dudas y tanto MAPFRE ASISTENCIA, con ROAD CHINA, como MAPFRE RE, operan allí con normalidad.



González Gutiérrez, Estrella

Sr. Huertas, en cuanto a nuestro futuro posicionamiento en China, me gustaría saber si MAPFRE va a seguir estrategias de Marketing “extravagantes” similares a otras compañías aseguradoras , que ya operan en China, re-inventado seguros con coberturas absolutamente excepcionales, como son asegurar las horas extras que trabajos, los retrasos producidos por el tráfico o seguros de amor entre otros.

MUCHAS GRACIAS

Respuesta

Estrella, te aseguro que MAPFRE no hará nada extravagante ni en China ni en ningún otro sitio. Lo que sí es cierto es que hoy día hay tendencias y necesidades que, vistas con el prisma de otros países u otros tiempos, pueden sonar raras. Somos muy rigurosos y podemos equivocarnos a veces, pero tratamos de ofrecer productos creíbles, transparentes y confiables a nuestros clientes.



Llorente Barroso, Natalia

Me gustaría saber si se va a potenciar más el tema del voluntariado, la gente está cada vez más concienciada y sería bueno que MAPFRE fuese un referente en ese sentido.

Respuesta

Natalia, hace dos años lancé el reto en la Junta de Accionistas de que queríamos disponer del mejor programa de voluntariado en el mundo. Y estoy seguro que lo estamos consiguiendo. El año pasado más de 4.000 empleados y 500 familiares fueron voluntarios, entre los que me encuentro, y seguimos creciendo de manera asombrosa.

Es muy gratificante poder dedicar unas horas al año a ayudar a los demás, niños, mayores, familias con problemas, etc. Y además tenemos el voluntariado técnico, en el que puedes ejercer tus capacidades profesionales, ayudando en el voluntariado a alguna asociación con las que colabora FUNDACIÓN MAPFRE. Seremos sin duda un referente mundial, como ya lo somos en muchos países.



Rojas Vila, Laura

¿Qué valora MAPFRE de sus empleados más «jóvenes», es decir, aquellos que llevamos menos de 5 años aquí pero queremos progresar dentro de la entidad?

Gracias.

Respuesta

Laura, los más jóvenes representáis lo que fuimos los que ya no somos tan jóvenes. Y mirando atrás, podemos decir que gracias a los jóvenes de hace 30, 20 o 10 años tenemos la gran empresa que es hoy día MAPFRE. Por eso, los jóvenes de ahora sois la esperanza de un MAPFRE mucho más grande para las próximas décadas.

Tenéis muy buena formación, una buena escuela como esta empresa, oportunidades por doquier y sobre todo una compañía sólida y ejemplar. Insisto, las oportunidades están, pero hay que sacrificarse con mucho esfuerzo, ilusión y ganas de prosperar. Ah, ¡es muy bueno saber vender seguros!



Morcillo Laiz, Gonzalo

A mi juicio una de las claves para el crecimiento y expansión de MAPFRE en España desde sus inicios ha estado basada es su proximidad al cliente gracias a su extensa red de oficinas. Esa estrategia ha sido llevada también a muchas compañías a nivel global. Hoy con estar en un dispositivo conectado, estamos en todas partes para prácticamente cualquier cosa. ¿Cómo vamos a aprovechar la red comercial en nuestra transformación digital? ¿Qué transformaciones sufrirá?

Respuesta

Gonzalo, es cierto que el modelo de distribución básico de MAPFRE fue la red de oficinas y agentes afectos en España y ha seguido siendo así en muchos países del mundo. Pero la realidad es que la distribución del seguro es multicanal y el cliente cada vez tiene más claro que tiene el poder de elegir por dónde quiere entrar a la compañía de seguros. La tecnología brinda puertas nuevas, la web, el Smartphone, las redes sociales...

Y lo que hace es completar esa multicanalidad. Pero no son territorios enfrentados. Los agentes y corredores deben usar estas mismas herramientas tecnológicas para ofrecer más servicios al cliente. La grandeza de internet y de la digitalización es que cualquiera puede competir contra todos, grandes o pequeños. No creo que sean enemigos, sino todo lo contrario.

Nuestra red tiene que aprovechar toda la digitalización que está desarrollando la compañía y sacar ventaja para diferenciarse de otros mediadores. La gran transformación que sufrirá es que debe profesionalizarse aún más, trabajar con método, ser los mejores especialistas en producto y acercarse al cliente a través de las herramientas de segmentación y análisis del dato. Los nuevos agentes tienen que ser más sofisticados, en todos los aspectos técnicos, profesionales y tecnológicos.



Groleau, Tina

¿Qué tal lo están haciendo los estados en lo que respecta a su rentabilidad?

Respuesta

Tina, primero de todo indicar que MAPRE está muy contenta con su inversión en USA. Ha sido uno de los grandes avances estratégicos de nuestro Grupo en la última década y nos ha posicionado muy bien para buenos crecimientos futuros gracias a nuestras operaciones en su país. Pero la realidad es que tenemos mucho recorrido para mejorar. Los principales estados donde operamos, fuera de Mass, como NY, NJ, OH, WA o FL, no son rentables todavía y tenemos que mejorar el control de la gestión, reducir costes y controlar más los casos judiciales. Estamos muy contentos de nuestro desempeño en New England y principalmente en MA, además de muy orgullosos por nuestra relación con la AAA.



Rogers, Jennifer

Buenos días. ¿Cuál es su perspectiva en relación a los vehículos autónomos? He leído muchos artículos sobre el tema y Forbes afirma que los vehículos autónomos no supondrán la muerte de la industria del seguro, pero recientemente Warren Buffet afirmó que si los vehículos autónomos son más seguros que los coches estándar, el coste del seguro caerá en picado. Asimismo, ¿qué está haciendo MAPFRE para prepararse ante la llegada de esta tecnología futura?

Respuesta

Jennifer, es difícil hacer predicciones. Pero lo que no hay duda que los vehículos autónomos cambiarán la industria de seguros. No será de repente ni en todos los países a la vez, conviviremos con los dos sistemas. Pero un auto perfecto que no tenga accidentes será difícil que exista en mucho tiempo, porque todo lo que nos rodea en el mundo es imperfecto. El riesgo siempre existirá, el conocido y otros nuevos que van apareciendo, y ahí el papel de las aseguradoras seguirá siendo trascendente. Debemos tener mucha confianza en nuestra empresa y en los trabajos de investigación que está haciendo para tener nuevos productos y adaptarnos a estas nuevas necesidades. Respecto a al Sr. Buffet si piensa así no sé por qué no ha puesto ya a la venta GEICO.



Karlstad, Gail

¿Qué impacto tendrán empresas como Uber, Lyft, Airbnb en el negocio del seguro?

Respuesta

Gail, estas empresas de economía colaborativa están teniendo un enorme éxito a nivel global. Y hay que adaptarse para poder servirles y ofrecerles nuestros productos. Aquí hay dificultades regulatorias, de prácticas de mercado, técnicas para la determinación de los precios adecuados y también de la complejidad que implica negociar con terceras partes que no son directamente los beneficiarios del seguro. Pero hay oportunidades que tenemos que aprovechar, porque si no es así, otro ocupará nuestro lugar.



Dalterio, Lisa

¿Acaso MAPFRE puede convertirse en un líder en lo que respecta al compromiso corporativo en relación con la educación temprana?

Respuesta

Lisa, sin duda, FUNDACIÓN MAPFRE desarrolla muchos proyectos educativos dirigidos a la infancia. Es el grupo de edad al que más hay que proteger, sobre todo en países donde los sistemas públicos sociales educativos y de salud son más débiles. Como empresa, contribuimos a que los padres que son empleados de MAPFRE tengan buenas condiciones laborales y de conciliación para que puedan estar con sus hijos y coayudar en su educación. Como Fundación contribuimos a que los niños puedan aprender a convivir en sociedad, a protegerse antes los accidentes, a integrarse social y laboralmente cuando sean mayores, en definitiva, a ser mejores ciudadanos. Puedes informarte mejor en la web de la propia Fundación.



Berrueco Serra, Feliciano

¿Existe alguna iniciativa para la mejora del clima laboral?

Respuesta

Estamos satisfechos del clima que tenemos en Mapfre. Las encuestas lo avalan. Crear un buen clima es cosa de todos: directivos y empleados.

Un empleado satisfecho, comprometido y feliz es un empleado que va a prestar un buen servicio a nuestros clientes, va a cuidar de nuestra empresa y en definitiva va a ser más productivo.

En la mejora del clima siempre hay recorrido y los empleados nos dicen con GPTW en qué aspectos tenemos que trabajar. En todos los países hay en marcha proyectos y acciones dirigidas a dar la mejor experiencia a nuestros empleados, para que se comprometan, se desarrollen personal y profesionalmente y puedan disfrutar de su trabajo.



May, Alicia

¿Considera que la alta dirección se da cuenta de que el programa GPTW constituye una broma para los empleados de menor nivel? Lo que vemos es un montón de encuestas (la mayor parte de las cuales están sesgadas por supervisores y gerentes que amenazan a los empleados con la rescisión del contrato si no responden positivamente), que no parecen tener gran influencia. La «diversión obligatoria» no es la forma de hacer que los empleados sean felices. Cuanto mayor es la cantidad de palabras que no están acompañadas de acciones, menos creemos que el programa tenga valor alguno.

Respuesta

Alicia me sorprende lo que indicas porque para la dirección de MAPFRE GPTW no es una broma ni un juego. Y quiero pensar que todos los ejecutivos, mandos medios y empleados se lo toman en serio. De hecho los resultados que salen muchas veces no nos gustan, pero establecemos planes de acción para corregir lo que los empleados están demandando. Si los resultados no fueran reales, todos estaríamos perdiendo la oportunidad de poder mejorar la empresa. Le puedo asegurar que yo lo sigo muy seriamente y me comprometo personalmente a que sus conclusiones sean tomadas en consideración en los planes de trabajo de recursos humanos.



Caniego Cortés, David

Estimado Sr. Huertas: mi pregunta está relacionada con la estrategia de internacionalización a largo plazo del grupo; dejando a un lado el buen comportamiento de los mercados estratégicos como son LATAM y la región Iberia, ¿dónde ve más oportunidades de crecimiento y desarrollo de negocio para MAPFRE, en APAC / EMEA / Norteamérica? Muchas gracias.

Respuesta

David, la distribución del seguro mundial es básicamente así, Europa 30%, Asia 30%, USA 35%, LATAM 4% y Africa 1%. La presencia de MAPFRE en Latam es excelente, pero el mercado tiene esas limitaciones de dimensión. Y las seguirá teniendo, aunque crezca regularmente año a año. Sin embargo en USA y en Europa no hay esas limitaciones y tenemos todo por hacer. Esos son nuestros dos mayores retos.

Asia seguirá siendo una apuesta a más largo plazo, aunque acabamos de poner un pie muy relevante en Indonesia.



Ziayan, Hossein

¿Cuál es la predicción sobre el impacto de los vehículos autónomos en lo que respecta a los seguros tanto a nivel local como global?

Respuesta

Hossein, no tenemos predicciones propias y hacerlas sería aventurar mucho lo que va a pasar. Si hiciéramos caso a los más pesimistas, casi habría que ir pensando en abandonar el seguro de autos, pero no va a ser así. Los autos autónomos llegarán y habrá menos accidentes y las primas derivadas de las coberturas de colisión deberán reducirse. Pero la buena noticia es que habrá menos víctimas de accidentes de tráfico y eso será un gran logro social del que nos alegraremos todos. Habrá nuevos riesgos, habrá otras necesidades. ¿O alguien piensa que los automóviles dentro de quince años seguirán llevando neumáticos de caucho y circularán por las carreteras como hasta ahora? Estamos atentos a todas las novedades y trabajaremos para tener productos adecuados para las necesidades de nuestros clientes en cada momento.



González Vicente, María Emilia

Buenas tardes, Presidente ¿Qué es lo que más valora de su trabajo?

Muchas gracias.

Respuesta

María Emilia, lo que más valoro de mi trabajo, sinceramente, es tener la fortuna de trabajar para MAPFRE. Pero no ahora como Presidente, siempre, en todas las facetas profesionales en las que me he visto envuelto.

He sido gestor de oficina directa, tramitador de siniestros personales, responsable técnico en central, analista funcional en informática, diseñador de procesos técnicos, director de automóviles en España y Puerto Rico, primer ejecutivo en Puerto Rico y en España, en automóviles primero y luego en general, antes de ser Presidente.

En todos estos trabajos he valorado siempre la gran empresa que tenemos y que nos da oportunidades a todos. No puedo dejar de reconocer que no siempre he estado satisfecho, pero que siempre he tratado de buscar el lado bueno y de estar atento a nuevas oportunidades. Pero eso siempre implica sacrificios.



García Bello, Leopoldo

A su juicio, ¿cuáles son los mayores retos que como MAPFRE tendremos que superar en el futuro?

¿Qué cualidades deberíamos potenciar los empleados para ayudar a superar esos retos?

Muchas gracias.



Respuesta

Leopoldo, los retos para una empresa global como MAPFRE son muchos y complejos. Ya no somos una empresa española, ni siquiera latinoamericana. Hoy día nuestro negocio está muy diversificado, somos multicanal y además no estamos focalizados en producto, sino en cliente y abarcamos todas sus necesidades.

Con esto tenemos que ser capaces de proteger lo que nos ha hecho fuertes, la diferenciación, el servicio, la cercanía al cliente, la búsqueda permanente de la rentabilidad y la eficiencia, etc., con las nuevas necesidades de los consumidores, los nuevos retos tecnológicos, la diversidad de regulaciones a las que nos enfrentamos.

Y también la incertidumbre y volatilidad que acechan continuamente a las economías, principalmente emergentes, donde operamos. Pero, de todo esto me sigue obsesionando el reto digital. Ahí nos jugamos el partido...

¿Qué deben potenciar los empleados? El afán continuo y permanente de superación, de aprender, de flexibilidad, de tratar de entender a la empresa, de estar dispuestos a asumir nuevos retos cada día, de facilitar los cambios e integrarse en ellos, de trabajar en equipo y apoyando sin fisuras las decisiones que se tomen, de cumplir los objetivos personales y del grupo.... Si somos capaces de asumir todos estos retos seríamos una empresa modelo a nivel mundial.

Geotis, Joan

Política de la empresa respecto a los comentarios de los empleados y en relación con las ideas aportadas por estos cuando se les pregunta sobre posibles mejoras

@Mapfre Seguros.

Respuesta

MAPFRE se compromete plenamente a respetar las opiniones y dar feedback a sus empleados.

Dar respuesta a los empleados sobre temas que necesitan mejoras es muy importante para nosotros, los gerentes. Lo consideramos una oportunidad para hacer de MAPFRE un lugar excelente lugar para trabajar.

Buscamos promover entre nuestros managers la escucha activa a los empleados, la apertura a la retroalimentación, la consideración y el respeto por sus ideas y opiniones. Y el GPTW es una excelente herramienta para conocer mejor cuáles son las opiniones de nuestros empleados sobre la empresa.

Estos son los principios básicos del liderazgo.



Regan, Sean

En su opinión, ¿cuál es la importancia que tiene el próximo lanzamiento de Verti en Pennsylvania para el futuro de la empresa y cuál es su predicción en relación con la expansión de la interacción online con los clientes de MAPFRE?

Respuesta

Sean, VERTI USA efectivamente debe comenzar operaciones a final de año en Pennsylvania. Este proyecto se enmarca dentro de la estrategia de MAPFRE de ser un líder global en negocio digital. Y para MAPFRE en USA la distribución digital, a través de VERTI y fuera de Massachusetts, es una prioridad estratégica, porque nos permitirá llegar a más clientes con un modelo diferenciador. El seguro de automóviles es un producto sencillo, masificado, que debe tener una gran acogida con una buena propuesta de valor, a través de los canales digitales. En volumen no será tan importante en los primeros cinco años, porque tenemos que ser muy prudentes en las inversiones que hagamos, pero sí lo será desde el punto de vista de notoriedad y reconocimiento de marca.



Kujawski, Melanie

¿Acaso la empresa volverá a ofrecer el programa de incentivos a la prejubilación?

Respuesta

Melanie, los programas de jubilación anticipada no están programados ni coordinados entre países. En algunas circunstancias, y de manera excepcional, un país, con la coordinación de la Dirección del Área Corporativa de Recursos Humanos, puede preparar un plan específico. Mi opinión es que deben atender a circunstancias muy excepcionales y que todos debemos pensar en que nuestra vida laboral, si la salud lo permite, debe extenderse hasta donde marque la ley o nuestro contrato laboral.



Martín Pose, Mario

Buenas tardes,

Sr. Huertas, en un mundo cada vez más automatizado ¿Cómo nos afectará dicha Automatización al mundo del seguro y especialmente a los Contact center? ¿Qué papel vamos a tener los empleados en este “nuevo escenario”?

Y una personal, usted, que es aficionado a la bici de montaña ¿alguna ruta que nos pueda recomendar a los que nos encanta este deporte?

¡Muchas gracias!

Respuesta

Mario, la automatización afectará sin duda a todas las áreas. Pero más que problemas, que los habrá, presenta oportunidades. Cuando Ford presentó el primer automóvil, el Ford T, los conductores de diligencias hicieron huelgas y bloquearon ciudades. Claro está, estaban en contra del progreso, que es lo peor que se puede hacer. Se crearon muchos más puestos de trabajo con las fábricas de automóviles.

Lo mismo pasará ahora. Habrá muchas más oportunidades, pero tenemos que reciclarnos y estar abiertos a nuevas experiencias profesionales.

En la bici, Mario, soy un fiel usuario, pero malo para definir rutas. Me gusta mucho la montaña, subir a la Pedriza o a la Fuenfría, recorrer caminos a las afueras de Madrid... Y, por supuesto, todo el norte de España. Para los rodadores ir al aeropuerto desde el centro de Madrid y dar la vuelta a toda la T4 es una gozada. El camino de Santiago es toda una experiencia. En cualquier caso ya sabes, wikiloc.com y encuentras lo que quieras.



Andrés Salvador, Maria Dolores

En el nuevo convenio del seguro, habla del rejuvenecimiento de la plantilla...

¿MAPFRE, tiene previsto acogerse? Yo voy a cumplir cuarenta años de antigüedad en la empresa y me gustaría saber algo más.

Gracias

Respuesta

Maria Dolores, ¿te vamos a cambiar el ordenador y ahora te quieres jubilar? Es una broma. 40 años de servicio es un logro al alcance de muy pocos. Quiero felicitarte y agradecerte toda una vida de trabajo y esfuerzo al servicio de la empresa. En los convenios no se recogen estas situaciones puntuales, pero deben ser los responsables de recursos humanos los que, conjuntamente con los directivos, preparen individualmente el análisis de cada caso.



Andrés Salvador, María Dolores

Tengo un equipo informático de unos 15 años... ¿Van a aplicar ya el plan renove?

Respuesta

Pues María Dolores tienes un problema, efectivamente. Debemos cambiarte tu equipo cuanto antes. Espero que algún responsable de tecnología lea esto y actúe de inmediato.



Valbuena Rodríguez, Antonio

Me gustaría saber cómo va a ser el relevo generacional y en qué condiciones será la salida de la Empresa, de las personas con más de 30 años de antigüedad en las áreas técnicas.

Respuesta

Antonio, el relevo generacional se lleva produciendo en MAPFRE, de manera natural y ordenada, a lo largo de los últimos treinta años. No hay plan ni puede haberlo al respecto. La cultura de la casa, basada en la meritocracia, permite que vayamos siendo promocionados según nuestra valía y que para cada puesto de responsabilidad haya varios candidatos.

(Cont.) Ahora además estamos tratando de que haya un mejor equilibrio entre hombres y mujeres. Las personas con más de 30 años de antigüedad son muy valiosas y no se puede prescindir de ellas. Yo mismo estoy a punto de alcanzar esa cifra y no me considero amortizado, creo que todavía puedo dar mucho de sí.



Peñarrocha López, Sergio

Buenas tardes señor Presidente. Me gustaría conocer su opinión sobre la ventaja competitiva de avanzar en eficiencia operativa, y en qué grado podríamos trasladar esas mejoras a nuestros clientes. Y si me permite una pregunta personal, cuando entró a trabajar en Mapfre, ¿pensó que algún día llegaría a presidirla?

Respuesta

Sergio, trabajar para mejorar la eficiencia es lo más honesto que podemos hacer pensando en el cliente. Los clientes confían en nosotros cediéndonos su protección, su dinero, su patrimonio. Y esperan que lo gestionemos eficientemente, para que la parte que vaya a prestaciones sea la más justa posible y que los gastos internos sean también equilibrados.

A ello hay que sumar lo que corresponda al beneficio comercial esperado. Si gastamos en gestionar más de lo razonable no estamos respondiendo bien a la confianza depositada en MAPFRE. Si gestionamos mejor, reducimos costes y los precios serán más competitivos.

Respecto a tu otra pregunta ¿Pensar en ser Presidente? Ni dos semanas antes de que me lo propusieran, Sergio. Nadie puede pensar que eso pueda suceder. Mis primeros trabajos fueron en oficinas de MAPFRE y disfrutaba con ello. Mi máxima ilusión era seguir trabajando siempre en la organización territorial, que es donde está el pulso vivo de la empresa.



Sepúlveda Díaz, Roberto León

MAPFRE tiene un marcado énfasis en la innovación y tecnología aplicada. ¿Llegaremos al punto de incorporar inteligencia artificial a los procesos de análisis en la industria aseguradora tal como lo está haciendo Japón por ejemplo?

Por otra parte, MAPFRE ¿incorporará realidad aumentada en su estrategia publicitaria?

Muchas gracias desde Chile.

Respuesta

Roberto, no tengas ninguna duda. Aplicaremos inteligencia artificial o cognitiva a los procesos de toma de decisiones aseguradoras. Ya estamos dando los primeros pasos en algunos países y vamos a abrir una iniciativa estratégica nueva, Suscripción inteligente, que incorporará estas tecnologías.

La realidad aumentada es una tecnología disponible que no ha tenido todo el éxito que se esperaba, pero hemos desarrollado alguna iniciativa en este sentido. Hay que ver cómo evoluciona en el corto y medio plazo.



Mochales Casas, Manuel

¿Tenemos previsto reemplazar, en un futuro, a Rafa Nadal, como imagen MAPFRE, buscando una nueva persona que se identifique con los valores MAPFRE?, y en su caso, ¿por qué no una mujer?

Gracias.

Respuesta

Manuel, muchas gracias. De momento no pensamos prescindir de él y acabamos de renovar los acuerdos. Iremos viendo y buscaremos para los próximos años otros iconos. ¿Y por qué no, una mujer?



Ruane, Donal

En el futuro cercano, los vehículos autónomos se convertirán en una realidad cotidiana, lo que supondrá, entre otras cosas, una disminución abrupta en las tasas de accidentes. A su vez, esto supondrá un impacto en las primas que la gente paga por la cobertura de su vehículo, lo que implica que los ingresos de MAPFRE podrían reducirse significativamente. Actualmente, el seguro de vehículos supone aproximadamente el 50% de nuestro negocio total. Teniendo esto presente, ¿qué productos y servicios asociados podemos vender a nuestros clientes para compensar esta pérdida de ingresos?

Respuesta

Donal, es cierto que las previsiones más pesimistas apuntan a que las primas de seguros caerán dramáticamente por la tecnología que incorporarán los automóviles en el futuro. La realidad es que todavía estamos lejos de que esto sea general y por supuesto irá a distintas velocidades en el mundo. En cualquier caso hay que prepararse y MAPFRE ya lo está haciendo, trabajando con el proyecto del nuevo Seguro de Automóviles y pensando en alternativas aseguradoras que llegarán. La responsabilidad civil del fabricante del auto y del software es una de ellas, pero habrá otras muchas, como la protección ante los ciberataques, que también podrían afectar a estos automóviles. No es ciencia ficción, pero hay que ir dando pasos poco a poco. En cualquier caso, hay otros muchos riesgos que asegurar, alrededor de la calidad y estilo de vida de las personas y de las familias, tanto de seguros generales como de vida y previsión.



González Terriza, Jorge

Estimado Sr. Huertas,

¿Veremos algún día el BANCO MAPFRE?
Gracias por darnos la oportunidad de participar en este tipo de encuentros con usted.

Saludos.

Respuesta

Jorge, un placer. Ya tuvimos en España durante veinte años un Banco MAPFRE. Fue un sueño, una bonita experiencia, pero aprendimos que no es nuestro negocio. La gestión del ahorro a corto plazo no es nuestra mejor habilidad, además de que el exceso de liquidez que genera el sector asegurador es contradictorio con la falta de liquidez de los bancos, que tienen que buscar depósitos y acudir a otros mercados.

En fin, negocios muy diferentes, donde además la relación con el cliente también puede ser complicada. Preferimos tener buenos acuerdos de distribución o sociedades con bancos amigos. Y centrarnos en la distribución de productos de ahorro a largo plazo, que es el negocio más adecuado para las compañías de seguro de vida.



Sandoval Molins, Daniel

Buen día,

Yo soy colaborador en México y quiero laborar en el mediano plazo en otro país, preferentemente España. Actualmente, ¿se tiene planeado algún intercambio entre países colaboradores?

Respuesta

Daniel, una de las bases de nuestro proyecto de desarrollo de talento es la movilidad funcional y geográfica. La nueva intranet global, junto con las herramientas desarrolladas por Recursos Humanos, van a posibilitar ya que se conozcan las ofertas de trabajo no solo en el país vuestro, sino en todo el mundo. Por otro lado, también la base de datos de Talento recoge la lista de personas con capacidades estratégicas detectadas, que son más necesarias para el futuro de la empresa.



García-Dorrego Hernández, Sonia

Señor Huertas, me gustaría conocer qué cualidades son las que valora en sus colaboradores más directos.

Gracias.

Respuesta

Sonia, valoro mucho el rigor y la profesionalidad. No me gustan las respuestas vagas, inconexas y sin profundidad. Prefiero silencio y un posterior acercamiento más preparado a los temas, que una salida sin base. Además aprecio mucho la escucha activa. Escuchar a los demás, aprendiendo, ayuda a “aprehender” conocimientos, a capturarlos y a estar preparados para resolver o responder en el momento adecuado. Aquellos que hablan mucho y se precipitan al hacerlo no suelen estar cerca de mí.



Arias, Fernando

En los últimos 3 años MAPFRE ASISTENCIA ha tenido cambios importantes y radicales en Sudamérica, ¿qué se espera en el mediano y/o largo plazo para lograr revertir los resultados adversos, caso Colombia y Venezuela?

Respuesta

Fernando, MA ha tenido cambios importantes no solo en Sudamérica, sino en toda la Unidad, en todas las regiones y de manera importante en la propia estructura corporativa. Desafortunadamente MA se desalineó del proyecto corporativo de manera sustancial, redujo sus niveles de control interno de manera inadecuada y desarrolló negocios y países, sin atender a análisis adecuados de sostenibilidad.

Los casos de Venezuela y Colombia son diferentes. Venezuela presenta una situación específica como país, que no es solo propia de MA ni de MAPFRE, sino derivada de su situación política y económica. Nuestro compromiso con Venezuela es pleno y seguiremos ayudando a nuestros compañeros a mejorar sus cifras. Colombia ha presentado en MA desviaciones importantes por la pérdida de un cliente muy relevante y debemos pensar que su negocio de asistencia debe integrarse más en MAPFRE seguros para que tenga viabilidad.



Hinojosa Avalos, Gilda

En relación con la Planificación estratégica que concluye en el año 2018, ¿cuáles serán los nuevos lineamientos de la próxima Planificación estratégica? ¿Serán muy distintos a los actuales? ¿O estos variarán considerablemente?

Respuesta

Gilda, no vamos a variar mucho pero si vamos a reforzar mucho el proceso de digitalización. Habrá nuevas iniciativas estratégicas y otras actuales se consideran ya suficientemente maduras. El refuerzo de la estrategia a partir del verano será intenso y habrá sorpresas muy positivas que levantarán mucha expectación internamente. Procuraremos que todos los empleados se vean envueltos y comprometidos con este proceso de transformación digital. Estad atentos.



Hernández Colón, Melany

Buenos días Sr. Huertas, ¿ha considerado integrar un plan para fomentar la participación financiera de los empleados por que es una práctica cada vez más común? Por ejemplo, como está implementado Google.

Respuesta

Melany, la formación financiera tanto técnica como comercial es muy importante en MAPFRE. Los clientes son cada vez más exigentes y los productos que distribuimos más sofisticados. Por otro lado la legislación europea va a obligar a que todos los distribuidores de productos financieros tengan unas licencias determinadas, que obligan a desarrollar formación específica para obtenerlas. Ya nos hemos adelantado con delegados y empleados y muchos de ellos están estudiando intensamente, sacando horas en paralelo de su trabajo y de su familia. Les felicito a todos por ello.



Cervantes Sosa, Leonardo

Ante la inminente despersonalización de los servicios financieros, ¿Cuál será nuestro mayor reto cuando el consumidor de la generación millennial sea el grueso de nuestra cartera? Una generación con mayor movilidad nacional e internacional, con más opciones a la mano y mucha más información disponible.

Respuesta

Leonardo, creo que en esto estamos. Por llamarlo de alguna manera MAPFRE debe “mileniearse”, o sea prepararnos para este perfil de futuros clientes que ya ha nacido y ha crecido en un entorno diferente. Debemos tener muchos empleados y colaboradores que provengan de estas nuevas generaciones para que podamos entenderles mejor. Además como en MAPFRE el relevo generacional de directivos es continuo, espero que en poco tiempo muchos hombres y mujeres nacidos en los últimos 30 años accedan pronto a importantes responsabilidades.



Cajamarca Gil, Luis Mauricio

Buen día Señor Presidente. Mi nombre es Mauricio Cajamarca de MAPFRE Colombia. Mi pregunta es cómo la compañía a nivel global está aportando o ayudando en el tema ambiental, si existen políticas enfocadas a este tema y si es así ¿qué positivos han generado?

Muchas gracias.

Respuesta

Mauricio, MAPFRE, como empresa, tiene un compromiso de protección medioambiental muy fuerte, siendo una de las empresas que a nivel global más destaca en esas competencias. Estamos en la "Lista A" del Carbon Disclosure Project, que recoge a las 100 empresas del mundo más sensibilizadas para la protección de la capa de ozono, desarrollamos políticas internas de reciclaje y sensibilización en todo el mundo, nuestros edificios van siendo todos muy sostenibles y eficientes en el uso energético. Además hemos suscrito el Pacto de París, que se firmó en esta ciudad para establecer compromisos de reducción del uso de combustibles fósiles. Todos los empleados debemos conocer qué debemos hacer para colaborar con estas políticas y estar mentalizados en que todos podemos ayudar a disponer de un medio ambiente más limpio y protegido para beneficio de futuras generaciones.



Augustín Collantes, María Eloisa

¿Cuál es su opinión de permitir o facilitar la movilidad o traslados de los Talentos MAPFRE a otras sedes Mapfre del Mundo, ejemplo MAPFRE España?

Respuesta

María Eloisa, el desarrollo del talento interno ha sido la base del éxito de MAPFRE durante toda su historia. Y la mejor prueba de ello es que usualmente las promociones se atienden con recursos internos. Y seguirá siendo así. Para ello la movilidad es importantísima porque permite que nos desarrollemos en diferentes ambientes profesionales y mejoremos nuestras capacidades. Además las herramientas que ha desarrollado Recursos Humanos permiten hoy hacer un seguimiento más profesional de las personas y poder destinarlas a cubrir las necesidades que van surgiendo. La movilidad geográfica y funcional son imprescindibles para conseguir este objetivo.



Ramírez Aznar, Esther

¿Cuál ha sido el cambio más pequeño que has realizado en MAPFRE y que en tu opinión ha tenido el resultado más positivo?

Respuesta

No sé si calificarlo de pequeño porque no lo es, pero creo que el cambio de la estructura organizativa, que hicimos a partir de 2014, ha sido clave para preparar a MAPFRE para estos nuevos tiempos. La organización tridimensional, país, región y corporación, permite mantener gran parte de la cultura de gestión descentralizada de MAPFRE, pero a la vez crear unos espacios nuevos de trabajo en equipo, agrupando países por cultura y cercanía geográfica, y a la vez incrementando la supervisión desde las áreas corporativas y regionales. Un cambio imprescindible, que cuando se analice con más perspectiva, se verán las mejoras que está aportando.



Ucar Zardoya, Imanol

Estimado Antonio,

En este proceso de Transformación Digital en el cual nos encontramos, ¿Cómo ves el futuro de las oficinas en MAPFRE? ¿Acabarán desapareciendo? o ¿crees que acabarán transformándose al entorno digital?

Respuesta

Imanol, ya me he referido en otras preguntas a este tema. Las oficinas seguirán siendo imprescindibles en nuestro modelo de servicio al cliente. Está claro que serán oficinas diferentes, y no solo serán físicas, sino que se proyectarán en las redes y en la atención virtual. Las herramientas digitales permitirán profesionalizar más nuestra labor dentro de ellas. Tenemos que estar seguros que sean suficientemente productivas y rentables y para ello deben trabajar dentro de modelos diferentes, siendo una puerta más de las distintas que vamos a poner a disposición del cliente. Las oficinas serán puntos de encuentro y de relación y no solamente puntos de ventas.



Hidalgo Gutierrez, María Teresa

Sustituye la digitalización el contacto humano con el comercial y asesor.

Respuesta

La digitalización de la empresa es una cosa y la gestión comercial otra, María Teresa. La digitalización traerá herramientas para que el asesor comercial y el agente puedan realizar de manera más eficiente y profesional su tarea. La herramienta no debe sustituir al ser humano, si no que mejora sus capacidades. La oferta comercial es amplia y compleja y cada vez más los supervisores instan a que haya un asesoramiento profesional adecuado.

El cliente tiene que sentirse protegido y conocedor en todo momento lo que adquiere. Y para eso el asesoramiento personal especializado es imprescindible, si aporta valor. Y en esto tenemos que ser realistas, hay productos sencillos que podrán ser “dispensados” cual bote de refrescos, usando las herramientas tecnológicas. Si luego queremos además que el refresco lo traigan a la mesa, venga acompañado de una tapa y nos traigan las servilletas, pues eso eso es servicio.

Salvando las distancias, en los seguros sencillos tenemos que tener disponibles los servicios que sean apreciados por el cliente y que no necesariamente le supongan un incremento de precio, solo de percepción de calidad.



Hidalgo Gutierrez, María Teresa

¿Cómo afecta la transformación digital al servicio al cliente?

Respuesta

María Teresa, la transformación digital afectará a todo lo relacionado con el cliente, venta, servicio, atención y percepción sobre la calidad recibida, o sea la experiencia del cliente. Ahí estará nuestro éxito, si somos capaces de aprovechar las bondades de la digitalización sin despersonalizar la relación con el cliente. Pero no debemos olvidar que el cliente es el dueño, es el que decide utilizarnos o sustituirnos.

Por mucho que nos obstinemos, no vamos a involucrarle y a fidelizarle si no le “emocionamos”. Y ahí todos los empleados y mediadores tenemos que ganar confianza apoyando el cambio en los procesos. MAPFRE mejora su accesibilidad al cliente cada vez que pone a su disposición un nuevo servicio a través de la web o del móvil o de una red social.

No pretendemos echar a los clientes de las oficinas. Pretendemos que se sientan cómodos, eligiendo en cada momento. Todos somos clientes y lo entendemos y apreciamos. Es la empresa la que debe adaptarse al cliente y no al revés.



Amaro Laguna, Francisco

¿Cuál es el futuro de los departamentos de prestaciones ?

Respuesta

Francisco, las áreas de prestaciones son elementos imprescindibles y valiosos dentro de la cadena de valor de la compañía. Es ahí donde demostramos qué somos capaces de hacer por él, cómo cumplimos la promesa que hicimos al momento de la venta, y además lo hacemos de una manera eficiente que pueda generar rentabilidad para la empresa. Todos esos elementos son inseparables, calidad y rentabilidad, en la relación aseguradora y dependen en su mayor medida de las áreas de prestaciones. Por eso vuestro trabajo es muy valioso y lo seguirá siendo.



Wilson, Laurie

Parece que MAPFRE está siguiendo el camino de muchas otras compañías en EEUU donde a los empleados con mayor antigüedad y más experiencia se les resta valor respecto a los nuevos empleados que no tienen experiencia pero con menor remuneración. ¿Cree que esto es una afirmación certera?, y si no, ¿qué se puede hacer al respecto?

Respuesta

Laurie, no conozco si eso que comenta es la voluntad de muchas compañías en US, pero le puedo asegurar que no lo es en MAPFRE, ni en Estados Unidos ni en ningún país o unidad de negocio. En MAPFRE siempre hemos dado mucho valor a la cultura de la integración generacional. Los empleados con más antigüedad aportan mucho valor por su conocimiento, madurez y capacidad de resolución de problemas complejos. Los más jóvenes aportan frescura, innovación y más facilidad de adaptación a los cambios. Todas las características indicadas son necesarias en un equipo de trabajo. Pero los más veteranos no pueden poner obstáculos a la transformación de la empresa y tienen que aprender nuevos métodos y usar nuevas herramientas. Y los más jóvenes tienen que ser pacientes y aprender mucho. La combinación es la perfección. Tenemos en marcha ahora en la empresa un programa dentro de la gestión de recursos humanos de aprovechar las oportunidades que brinda la diversidad generacional, que ayudará a que esa percepción que tiene usted, mejore.



Sousa, Filipe

En lo concerniente a iniciativa de gestión de talentos, ¿qué haremos para potenciar las capacidades de los empleados? ¿Cómo vamos a capacitar a los empleados en nuevas competencias de modo tal que sean más eficaces y más productivos?

Respuesta

Filipe, tenemos una iniciativa, Gestión del Talento, que tiene muchas acciones en curso y que avanza de un modo muy positivo. Le invito a que hable con el departamento de Recursos Humanos para que pueda darle más detalles. El entrenamiento, la base de datos de talento, las herramientas de colaboración, etc., todos son importantes para mejorar las habilidades de nuestros trabajadores.



González Domínguez, Felipe

Presidente, me gustaría saber cuando nuestra empresa nos va a proporcionar, a los TECOS, el acceso remoto a las aplicaciones desde cualquier plataforma. Como ejemplo podríamos poner que, para cerrar cualquier seguro debemos recabar la información del cliente, volver a la oficina y volver a quedar con el cliente, estoy seguro que, si dispusiéramos de esa herramienta, podríamos cerrar bastantes operaciones en el momento. No podemos dejar pasar el cierre de una venta.

Respuesta

Felipe, estoy seguro que está en planes, pero todo tiene su prioridad. La movilidad que facilitan las nuevas herramientas la iremos poniendo a disposición poco a poco. Para empleados, mediadores y clientes. Pero la prioridad la tienen estos últimos, como es lógico.



González Domínguez, Felipe

Presidente, ¿Por qué recibimos la información sobre las coberturas como Ratio Combinado, Clientes Integrales y cobertura de Subvencionados, con dos meses de retraso?

Respuesta

Felipe, no lo sé, pero seguramente tienes caminos internos para averiguar por qué no dispones de esa información con antelación.



Carty, Suzanne

¿Cuál es la visión de MAPFRE en relación con los vehículos equipados con «pilotado automático»? La tecnología subyacente en los vehículos sin conductor se está popularizando. ¿Cuál es el plan de MAPFRE para adaptarse a esta tecnología?

Respuesta

Suzanne, como he contestado a otros compañeros, los autos autopilotados no son una realidad, pero lo serán en unos años, poco a poco. Iremos creando productos y adaptando nuestra oferta a esta nueva realidad y a las nuevas necesidades que vayan apareciendo. Trabajamos con fabricantes de automóviles, compañías de software, etc. para conocer las tendencias e irnos preparando.



Carty, Suzanne

Veo que hacemos hincapié en los datos y la analítica. ¿Existe algún plan para adoptar tecnología de aprendizaje de máquina destinada a funciones tales como la analítica predictiva?

Respuesta

Suzanne, efectivamente data analytics y la inteligencia cognitiva van a ser muy importantes dentro de la gestión de las empresas aseguradoras. MAPFRE está poniendo en marcha ya a nivel corporativo algunas iniciativas estratégicas que reforzarán nuestros procesos. En el plan estratégico 2018 figurará ya claramente este nuevo impulso.



Mckay, Heasley

¿Existen conversaciones para incluir bonificaciones anuales (o alguna clase de reparto de beneficios) en nuestro paquete de compensación total? ¿Podría señalar un cronograma respecto a esta circunstancia?

Respuesta

Heasley, MAPFRE ha aprobado ya un sistema de retribución global, que incluye la tabla de retribución fija y variable que deben tener los empleados y ejecutivos, en función de su responsabilidad. Te pediría que te dirigieras a tu departamento de recursos humanos para conocer más en detalle el desarrollo de este plan y cómo te podría afectar en el futuro.



Jarominski, Donna

He leído un artículo en el que se anunciaba que aumentó la puntuación de MAPFRE en la encuesta más reciente sobre el mejor lugar para trabajar (creo que en Europa), convirtiendo a MAPFRE en uno de los mejores destinos laborales. ¿Acaso hay algo que hagan ustedes allí que pudiera resultarnos ventajoso aquí, en nuestro empeño por alcanzar dicha meta en Estados Unidos?

Respuesta

Donna, efectivamente es así. MAPFRE es uno de los mejores lugares para trabajar, en casi todos los países donde hacemos la encuesta GPTW. No es así en USA y la dirección de la compañía, con el área de Recursos Humanos, está poniendo planes de acción para mejorar la percepción y confianza de los empleados en su empresa.



Porto De Marchi, Matheus

Señor Huertas, ¿cómo hace para conciliar su vida profesional y su vida personal?

Respuesta

Matheus, la clave de la conciliación es la priorización. Todos tenemos familia, aficiones, y necesidad de descansar y disfrutar. Hay que aprovecharlo. Pero en el trabajo tenemos que saber cuando estamos cumpliendo objetivos y cuando no. Esa es la clave, no el número de horas que trabajo. Cumpliendo objetivos, uno debe dedicarse también a disfrutar de aquello que le hace feliz.



Soares Dos Santos, Maiara

Señor Huertas, ¿cómo fue su trayectoria profesional en MAPFRE? ¿Cuál era el panorama social, histórico y financiero de España en esa época?

Respuesta

Maiara, soy una persona que viene de familia de clase media de una región de España de economía agrícola. Entré en MAPFRE por un anuncio en un periódico y siendo abogado de formación, entendí rápidamente que la gestión de empresa y la relación con clientes me gustaba, pero también la tecnología, las finanzas, la gestión técnica, todo y poco a poco fui aprovechando las oportunidades. Tuve mucha suerte y muy buenos maestros. Los maestros son aquellos jefes o compañeros que en algún momento de tu vida te aconsejan bien y te ayudan a entender mejor el presente y el futuro. Todos debemos tener y seguir a estos referentes.



Pastor Rico, Javier

¿Con la revolución tecnológica actual y el papel que los nuevos operadores tecnológicos pueden tener en la distribución, las pequeñas y grandes Cías. Aseguradoras como MAPFRE pueden acabar reduciendo su poder en la distribución y quedar más como diseñadores y «fabricantes» de productos y perder su poder en la distribución?

Respuesta

Javier, ese es uno de los retos más importantes a los que nos enfrentamos. El fuerte desarrollo tecnológico y los cambios habidos en los hábitos de consumo y sociales han propiciado la aparición de compañías no aseguradoras, gigantes tecnológicos e “insurtechs” que quieren ocupar espacio en nuestro terreno. Y en la distribución, bancos, retailers y otros distribuidores también quieren lo mismo.

Creo que hay espacio para todos y que si mantenemos un alto nivel de diferenciación, con especialización, foco en el cliente y flexibilidad y calidad de servicio, somos imbatibles. No vamos a dejarnos arrinconar para ser meros “proveedores”, pero indudablemente tenemos que hacer todavía esfuerzos mayores para demostrar que podemos defender esa posición de privilegio en la relación con el cliente.



Revilla Howe, Mariana

¿Crearían un programa de intercambio entre los colaboradores, desde operativos, que tengan conexión directa con Corporativo por un periodo de tiempo, corto o largo, para alinearse en los ejes centrales de la compañía?

Respuesta

Mariana, es una buena idea que ha sido comentada a veces. Se ha probado ya en algunas áreas, principalmente tecnología y actuarial e inversiones, y los resultados han sido buenos. No es fácil de implementar por las leyes laborales, obligaciones familiares, pero sí debemos seguir viendo cómo extenderlo más.



Revilla Howe, Mariana

¿Cómo fomentaría la conexión global entre todos los colaboradores MAPFRE para que nos apreciemos como una sola compañía?

Respuesta

Mariana, creo que tenemos todo lo que necesitamos para conseguir lo que indicas. Tenemos una Visión, Misión y Valores que compartimos. Trabajamos con un modelo estratégico común y homogéneo. Y además hemos abierto con transparencia todas las vías de comunicación para que todos sepamos que está pasando en MAPFRE y hacia dónde queremos ir. Si podemos potenciar entre todos eso, conseguiremos el objetivo que indicas, y que es muy importante.



Araujo Bacchereti, Lucimara

Señor Huertas, ¿qué legado quisiera dejarle al mundo? ¿Cómo quisiera ser recordado?

Respuesta

Lucimara, pregunta compleja con una respuesta fácil. Personalmente, pasar por aquí como una buena persona que siempre busca lo mejor para su familia y sus amigos. Profesionalmente, pensar que hemos podido ayudar a que miles de personas, empleados y colaboradores, consideren a MAPFRE su empresa y se sientan cobijados en ella. Honestidad, trabajo, lealtad y compromiso son mis reglas y mis principales metas.



Strauss, Sandra

Dados los problemas políticos que existen en Venezuela, ¿MAPRE está haciendo negocios allí? En caso de que la respuesta sea negativa, ¿cómo ha afectado esto a nuestros resultados financieros?

Respuesta

Venezuela es un gran país, en el que MAPFRE siempre se ha encontrado muy bien y ha sido una gran operación para el Grupo, con buenos resultados. En los últimos años la situación económica del país no es la más adecuada y eso impacta en su desarrollo, pero confiamos en que la normalidad vuelva poco a poco. Tenemos plena confianza en Venezuela y en nuestros compañeros venezolanos.



Strauss, Sandra

¿Qué ingresos supone Verti para MAPFRE? Con la expansión de Verti en los Estados Unidos y en otros países europeos, ¿cuál será el impacto financiero que tendrá esta circunstancia en los próximos años?

Respuesta

VERTI es una operación digital, que nace desde cero en España, primero, y ahora en USA. También ya opera en Alemania y en Italia, a partir de la compra de las operaciones de DL. Es una primera operación de distribución digital y somos muy prudentes. Hemos dicho que debemos aspirar a tener al menos el 7% de nuestras operaciones que sean digitales. Las inversiones son importantes pero prudentes para MAPFRE. Pero hay que ser muy cautos, dado que en los primeros años los resultados no son positivos, hasta que alcanzan una dimensión adecuada.



Strauss, Sandra

¿Qué planes tenemos para plantear negocios en nuevos estados de los Estados Unidos?

Respuesta

Sandra actualmente no tenemos planes para extender nuestro negocio a nuevos estados. VERTI comenzará a operar en Septiembre en Pennsylvania. Consideramos que con la presencia que tenemos, mientras no tengamos otros canales de distribución y rentabilicemos el negocio en los estados donde ya operamos no debemos extendernos más.



Carmona Videla, Juan Pablo Rodrigo

Con respecto a la gestión de talento,
¿cómo es posible acceder a los programas
para tal fin?

Respuesta

Juan Pablo, habla con tu supervisor o tu responsable de recursos humanos. En cualquier caso, en la web interna tienes mucha información al respecto.



Carmona Videla, Juan Pablo Rodrigo

Como iniciativa comercial, ¿es posible gestionar y abordar la base de datos de terceros de vehiculos afectados para posteriormente ofrecer productos de la compañía a través de nuestro canal directo (APM/Delegados)?

Respuesta

Juan Pablo, todas las iniciativas comerciales con terceros cuentan con las limitaciones que establecen las Leyes de protección de datos del consumidor, en España la LOPD. Salvando estas limitaciones, según lo que indiquen los responsables jurídicos, cualquier iniciativa de oferta comercial es muy valiosa.



Carmona Videla, Juan Pablo Rodrigo

¿Qué proyección de crecimiento tiene el mercado en Latinoamérica y resto del mundo y qué porcentaje pretendemos como grupo ocupar en esa proyección? Para este cometido, ¿cuáles son las estrategias del grupo para lograrlo?

Respuesta

Juan Pablo, sobre la primera parte de tu pregunta, te recomiendo que accedas al documento Panorama Económico y Sectorial 2017, del Servicio de Estudios MAPFRE, que está disponible en la web de Fundación MAPFRE. Es un magnífico estudio que te dará todas las claves en Latinoamérica y en el mundo.

Las estrategias de MAPFRE en el mundo están también desarrolladas en nuestro plan estratégico 2016-2018, con el lema FOCO EN EL CRECIMIENTO RENTABLE y del cual dispones de información en la web de MAPFRE y en documentos internos que han sido publicados. Si no lo encuentras pregunta a tu supervisor.



Carmona Videla, Juan Pablo Rodrigo

¿Cómo puedo ser parte de la carrera internacional de MAPFRE?

Respuesta

Juan Pablo tienes que dirigirte a tu supervisor o a tu responsable de recursos humanos y pregunta por las oportunidades laborales. En la parte de Personas de la intranet global también tienes mucha información.



Truong, Dao

¿Cuáles son las áreas tecnológicas que ofrecen oportunidades interesantes en relación con nuevos productos y/o nuevos canales para MAPFRE?

Respuesta

Dao, desde el punto de vista profesional, tienes oportuniades en tecnología y en otras muchas áreas de negocio de MAPFRE. Si lo que preguntas es que MAPFRE puede apovechar en tecnología, yo te diría que toda la digitalización, la gestión de los datos, la automatización, la inteligencia cognitiva, etc son los grandes retos y donde hay oportunidades de desarrollo muy importantes.



Truong, Dao

Siendo una compañía global tenemos presencia en 49 países, ¿acaso nos estamos introduciendo en nuevos mercados o países?

Respuesta

Dao, MAPFRE no tiene planes concretos de entrar en nuevos mercados, pero siempre estamos atentos a nuevas oportunidades. Consideramos que USA, Alemania, Italia y Turquía son mercados estratégicos de crecimiento para estos próximos años. En Latam tenemos ya una posición excelente en casi todos los mercados. Acabamos de adquirir ABDA en Indonesia, que también será una plataforma de futuro muy interesante.



Truong, Dao

¿Acaso MAPFRE tiene planes para expandir el negocio en los Estados Unidos y adquirir los listados de contratistas de otras compañías?

Respuesta

Dao, no tenemos planes actualmente de expandirnos a otros Estados en USA. Nuestro proyecto estratégico pasa por consolidar y mejorar los resultados de MAPFRE en los estados en los que tenemos pérdidas, y lanzar la nueva operación de negocio digital VERTI en Pennsylvania.



Truong, Dao

¿De qué forma las ventas y el servicio de productos de seguros se dirigirán a la siguiente generación, aquellas personas que están creciendo con teléfonos inteligentes y pasan más tiempo ante una pantalla que en presencia de seres humanos?

Respuesta

Dao, para hacer frente a los retos de ser atractivos con nuestros productos para los próximos años, tenemos que ser más flexibles, orientados a la movilidad, con soluciones tan simples o complejas como quiera el cliente. Y con la máxima transparencia para que puedan comparar y elegir bien.

La digitalización y la gestión de los datos serán los grandes retos para los próximos 10 años. Pero sin duda alguna, el gran reto interno, será el tener un equipo humano capaz de hacer frente al reto digital.



Revilla Howe, Mariana

Estimado Antonio, desde tu perspectiva y experiencia en MAPFRE, ¿cuál consideras que sería la mayor fortaleza de la empresa frente a sus competidores?

Respuesta

Mariana, te haría una lista larga, pero entre ellas, la fortaleza financiera, la solidez institucional, la profesionalidad de sus equipos, su agresividad comercial, sus buenos resultados, la confiabilidad que traslada a sus stakeholders, etc. La pregunta que habría que añadir Mariana, es si eso es suficiente para tener éxito en el nuevo horizonte de mercado y de consumidores. Y ahí yo te diría que no, que tenemos que hacer más, que ya no basta. Somos la empresa con más reputación, pero nos cuesta vender cuanto no tenemos el mejor precio. Y eso no puede ser. MAPFRE no es una low cost, aunque deba tener siempre un precio muy competitivo. Pero el servicio diferencial es la clave y eso no es siempre apreciado. Debemos hacer más esfuerzos por trasladar más oferta diferencial al cliente.



Smith, Cheryl

¿Acaso MAPFRE Seguros tiene alguna intención de crear alguna clase de programa de reconocimiento a empleados que permitiría que un empleado represente a su respectivo departamento en viajes concedidos en calidad de incentivos?

Respuesta

Cheryl, este tema es una competencia directa del equipo ejecutivo de MAPFRE en cada país. En algunos países, los mejores empleados de las áreas técnicas y comerciales acompañan al equipo de agentes que cualifican para el viaje de incentivos. Debes preguntar a tu supervisor si MAPFRE USA hay alguna idea al respecto.



Smith, Cheryl

MAPFRE España tiene un largo historial de éxitos. ¿Cómo podemos interactuar con nuestros colegas a nivel global, tanto en primera línea como a nivel de mandos intermedios, para maximizar las mejores prácticas y/o las eficiencias operativas?

Respuesta

Cheryl, efectivamente MAPFRE en España y en muchos otros países presenta muchos casos de éxito que conviene analizar y extender a otros países. Años atrás era más difícil el intercambio de experiencias entre países para aprovecharlo. Pero en los últimos tres años hemos dado grandes avances, gracias a la nueva estructura corporativa y regional global. En MAPFRE SA existe un Área Corporativa de Negocios y Clientes e Innovación que pretende conocer los mejores casos de éxito, analizar las claves de ese éxito, y presentarlo a otros países para que puedan evaluarlo. Hemos ya comenzado con algunos casos y se presentan importantes oportunidades de mejora, para que no estemos todos trabajando a la vez en todo. Con la estandarización de esas mejores prácticas conseguiremos ser más eficientes. Pero continuamente MAPFRE está extendiendo sus mejores prácticas, con sus políticas corporativas, sus modelos comunes de negocio, se celebran reuniones de manera continuada entre expertos locales y regionales con los corporativos para compartir.

Pero no todo es tan fácil de replicar, hay limitaciones de regulación, de tecnología, del momento adecuado, etc.



Smith, Cheryl

MAPFRE España tiene un largo historial de éxitos. ¿Cómo podemos interactuar con nuestros colegas a nivel global, tanto en primera línea como a nivel de mandos intermedios, para maximizar las mejores prácticas y/o las eficiencias operativas?

Respuesta

Cheryl, MAPFRE ha ido dando pasos poco a poco en USA para extender la marca USA, pero siempre se hace con prudencia. La marca COMMERCE INSURANCE presentaba gran valor en MA y por eso, al igual que hicimos en Latinoamérica, queremos ir paso a paso. Estoy seguro que la dirección de MAPFRE USA tiene planes específicos, en coordinación con el área corporativa correspondiente, para ir avanzando en este sentido. El caso de MAPFRE STADIUM en Columbus, OH, es una prueba de los avances de extensión de la marca.



Gamboa Martinez, Mario Eduardo

Soy un joven de 24 años y llevo 2 años en MAPFRE, actualmente veo que cada vez hay más jóvenes en MAPFRE, ¿cuál sería el consejo que nos pudiera brindar como jóvenes para alcanzar nuestras metas estando en MAPFRE?

Respuesta

Mario, me alegra ver jóvenes que ven que ser joven es un valor en MAPFRE. En otras respuestas a otros compañeros ya respondí en cierta manera a esta pregunta. MAPFRE necesita a vuestra generación para que dentro de 20 años sigáis estando orgullosos de la empresa en la que trabajáis y además seáis los líderes del futuro. MAPFRE es una empresa donde el relevo generacional funciona adecuadamente y se presentan oportunidades para los que venís con mucha fuerza. Son miles de puestos de responsabilidad los que hay en MAPFRE, y poco a poco debéis ser vosotros, los de vuestra generación los que toméis el relevo, pero para eso tenéis que adentraros en la cultura interna de la casa y ayudarnos a mejorarla. Esfuerzo, sacrificio, gestión por objetivos, disposición para el cambio y el liderazgo, etc. Y luego mucha suerte y salud.



Truong, Dao

¿Hemos contemplado la posibilidad de ofrecer un paquete a precio reducido destinado a millennials (21-31) abarcando cobertura de vida, hogar/alquileres y automóvil que finalmente pudiera convertirse en una cartera de inversión (que podríamos gestionar nosotros)? ¿Existen oportunidades de ofrecer seguros de vida para recién nacidos convertibles en fondos para la educación universitaria?

Respuesta

Dao, nuestros equipos actuariales están continuamente viendo opciones de mejorar la tarificación en nuestros seguros. Los jóvenes no han sido en autos tradicionalmente los que menos accidentes tienen por lo que resulta difícil a priori aceptar que hay que darles descuentos sin más. Como dices, todo debe ir acompañado de un análisis del estilo de vida y analizar la información que tengamos de ellos. Estoy seguro que conseguiremos resultados en esta línea.



López Martín, Carolina

Buenos días, Sr. Huertas, ¿se ha pensado en la posibilidad de efectuar alguna nueva adquisición en el estado de Florida?

Respuesta

Carolina, no estamos considerando ninguna adquisición en estos momentos en el estado de Florida.



Pérez Schmidt, Andrea

Sr. Huertas: Al igual que se prevé un cambio por la transformación digital, y nos estamos preparando para ello, considero viable en el sector seguros buscar mayor participación de la mujer tanto en la parte de la comercialización de nuestros productos como en la actividad aseguradora, en general las mujeres tienen más potencial económico cada día, y por tendencia cultural son más receptivas al riesgo y su prevención. ¿Existe en MAPFRE alguna estrategia y planes al respecto?

Respuesta

Andrea, en la sociedad actual las mujeres deben ocupar el mismo papel que los hombres. Y cuando eso no se vea de forma práctica hay que poner planes para ellos. El sexo ha sido siempre un elemento que se ha tenido en cuenta en la tarificación de los productos, y a veces ser mujer abarataba el precio y otras lo encarecía, dependiendo de la experiencia. Pero en las estrategias de marketing está claro que podemos encontrar vías de conectar mejor con el público femenino. Hay productos, además, para los que la mujer tiene un mayor peso en la decisión de compra dentro de la familia, por lo que también debe tenerse en cuenta.



Mccormick, Maureen

¿Cómo podemos equilibrar la estrategia a medio y largo plazo de MAPFRE con las expectativas a corto plazo de los analistas financieros?

Respuesta

Maureen, MAPFRE debe continuar combinando ambas estrategias, corto y largo plazo. Al ser una empresa de capital privado, tenemos que ir demostrando a los accionistas que la gestión del negocio es la adecuada y los beneficios y el dividendo son acordes a sus expectativas. En el largo plazo tenemos que garantizar la sostenibilidad de nuestras operaciones, el tomar decisiones estratégicas que ayuden a visibilizar un futuro muy positivo y que no pongan en riesgo la continuidad del negocio.

Afortunadamente MAPFRE dispone de un instrumento importante que sirve para equilibrar ambos intereses. Es la Fundación MAPFRE que tiene una posición mayoritaria en el capital de la empresa y que da estabilidad a la base accionarial del grupo. Pero no podemos estar en la zona de confort, protegidos por esta situación, sino que debemos aspirar siempre a mejorar la percepción que tiene el accionista en general, al que servimos y generamos confianza o desazón.

Por ello hay que mejorar la rentabilidad, ser más eficientes a la par que innovamos y creamos nuevos modelos de negocio y de crecimiento.



Mccormick, Maureen

¿Podría comentar la importancia estratégica del mercado estadounidense, así como el compromiso de MAPFRE en lo que respecta a lograr que la marca crezca en el mercado norteamericano y cuáles son los planes para llevar esto a cabo? Gracias.

Respuesta

Maureen, ya he hablado sobre nuestra estrategia en USA en anteriores preguntas. Por favor, échales un vistado. Espero que encuentres las respuestas que necesitas.



Quinche Espejo, Richard

El Bitcoin es una moneda virtual que seguramente con el tiempo será aceptada por más y más establecimientos comerciales. ¿Está MAPFRE haciendo o pensando hacer algún desarrollo para aceptar dicha moneda como medio de pago de las primas de seguros?

Gracias y saludos desde Casa Matriz - Chile.

Respuesta

Richard, el bitcoin es un experimento tecnológico sin base económica que lo sustente dentro del mundo real. Sí nos interesa la tecnología que está detrás y cómo eso conecta con la tecnología eblockchain para futuros desarrollos. Pero no vamos a aceptar ninguna moneda como ésta que no está soportada como moneda de curso legal.



Loffreda Gorayb, Maristela

Estimado Sr. Huertas, ¿cómo espera que los negocios de MAPFRE Brasil, que están fuera del Grupo Asegurador BB y MAPFRE, busquen escala y crezcan de forma orgánica? Muchas gracias y ¡enhorabuena por la innovadora iniciativa de acercarse a su equipo global!

Respuesta

Maristela, la presencia de MAPFRE en Brasil es muy importante. Estamos muy orgullosos de ello y de nuestra alianza con el Banco do Brasil. Efectivamente también tenemos negocios que no están dentro de esa alianza y que tienen que desarrollarse, como prevención, salud y otros. Estamos buscando vías de crecimiento y de búsqueda de otros socios que puedan ayudarnos a su desarrollo. Gracias por tu felicitación.



Loffreda Gorayb, Maristela

Estimado Sr. Huertas, ¿cómo puede el dirigente de una línea de negocios dirimir el conflicto existente entre focalizar e invertir en las acciones de corto plazo para cumplir con el presupuesto anual y, al mismo tiempo, invertir estratégicamente en innovaciones que traerán resultados a mediano y largo plazo?

Muchas gracias

Respuesta

Maristela, su pregunta incide en la tradicional lucha entre cumplir los objetivos a corto plazo y a largo plazo. Las empresas tienen que tratar de cumplir con el corto plazo, porque es lo que esperan los inversores, pero también tienen que hacer inversiones para tratar de garantizar a largo plazo la sostenibilidad de sus resultados. Creo que no hay conflicto, sino acierto de los gestores. Aquellos que son más sabios saben combinar ambos aspectos sin sacrificar rentabilidad presente o futura. Cualquier inversión a futuro tiene que tener un plan de negocio que lo soporte que sea creíble y realista y que presenta cuales van a ser las tasas de retorno.



Martínez, Joshua

En España, MAPFRE ha obtenido resultados positivos y continúa creciendo. Entiendo que, a diferencia de lo que ocurre en España, el negocio se gestiona de manera distinta en Estados Unidos. ¿Existe alguna estrategia que esté siendo implementada en España y que vaya a probarse en los Estados Unidos? ¿Qué planes tenemos para convertir MAPFRE en un nombre conocido cuando se habla del mundo de los seguros?

Respuesta

Joshua en otras respuestas he hablado de este tema. Hoy día MAPFRE es una organización global que tiene que aprovechar la escala de su dimensión y las mejores prácticas. MAPFRE es muy exitosa en muchos mercados, entre ellos el español, pero también lo es en USA principalmente en Massachusetts. No lo es en otros estados y ahí es donde tenemos que trabajar entre todos para mejorar. Pero hay vías de colaboración y de conocimiento suficiente para conseguirlo, para ello hay que ejecutar los planes de acción correspondientes.



Trenard Carreras, Julio A.

Creo que en la gran profesionalidad demostrada año tras año de los trabajadores, y en concreto de los tramitadores de MAPFRE de Cataluña, quisiera saber en qué grado “central de MAPFRE” influye en asignar los incrementos de incentivos económicos, en base a los resultados obtenidos, y por los resultados de la gestión del desempeño, que son excelentes, dada la difícil coyuntura que hemos pasado.

Saludos cordiales.

Respuesta

Julio, los trabajadores de MAPFRE desarrollan en general una gran profesionalidad, en Cataluña, en el resto de España y en todos los países donde trabajamos. Dentro de esa regla general hay excepciones. Yo siempre hablo de la regla de tercios, hay un tercio excepcional, un tercio que cumple adecuadamente y un tercio de empleados con desempeño insatisfactorio. De cara a la evaluación del desempeño se tiene en cuenta el desempeño personal y con eso se determinan año a año las condiciones económicas para cada empleado y eso lo decide su supervisor, dentro de los parámetros que se establecen de manera general y coordinada para todos los empleados.



Álvarez Ansaldo, Alfonso

Sr. Presidente, en vista de los últimos acontecimientos a escala mundial, ¿cómo de importante considera usted que es el establecer una cultura de seguridad a nivel global en MAPFRE, en un mundo cada vez más interconectado?

Gracias y saludos.

Respuesta

Alfonso, la seguridad es algo que siempre nos preocupa, tanto la de nuestros empleados y colaboradores como la de los propios activos de la empresa. Recientemente hemos asistido a unos hechos gravísimos, los ataques de un virus ransomware, que ha puesto en jaque la seguridad de muchas instituciones públicas y privadas en el mundo. Los controles y políticas establecidos por MAPFRE han limitado sustancialmente los daños a MAPFRE y hemos pasado con buena calificación la prueba. Tenemos que seguir invirtiendo con prudencia pero con realismo en esta cultura de seguridad física y virtual.



De Pablos Sanz, Adolfo

Estamos asistiendo al estudio de modelos predictivos en el ramo de vida que hasta ahora sólo se utilizaban en seguros generales. ¿Cree usted que en un futuro próximo MAPFRE podría también entrar en esa dinámica en el ramo de vida, como el aprovechamiento de datos de dispositivos “wearables”, el cálculo de tarifas basándose en el estilo de vida de cada asegurado, la selección de riesgos o la prevención del fraude mediante tales modelos?

Muchas gracias.

Respuesta

Adolfo, sin duda. Abriremos pronto una nueva iniciativa estratégica, Suscripción inteligente y modelos predictivos, y espero que veamos avances en esta línea en un plazo no mayor a dos años.



Ruíz Ruíz, Pablo

Buenos días Presidente,

¿no ve interesante retomar la antigua medida de que un familiar (por ejemplo un hijo) de una persona jubilada en MAPFRE tenía un puesto de trabajo en la Empresa? Y, como aficionado a la MTB, propongo que MAPFRE al igual que hace con carreras de Runners, pague la inscripción para determinadas pruebas de carreras de Mountain Bike, con el compromiso de los participantes de lucir el maillot MAPFRE.

Gracias por su tiempo, reciba un cordial saludo.

Respuesta

Pablo, en MAPFRE no ha habido nunca una política que considerara que el hijo de un jubilado tuviera un puesto asegurado en la empresa. Esta es una organización donde el desarrollo profesional se hace en base a méritos y los hijos de ex empleados deben tener las mismas oportunidades que los demás.

Respecto a lo que sugieres de que los usuarios de MTB que participan en carreras sean subvencionados es algo que se puede estudiar, pero no creo que eso ocurra de manera general para los runners como indicas. Excepcionalmente y creo que en carreras que patrocina MAPFRE si tenemos cuotas libres para empleados.



Fernández-Quevedo Rubio, Belén

¿Alguna vez ha oído la frase «MAPFRE es como un gran trasatlántico, para cambiar de rumbo necesita mucho tiempo»? Partiendo de la base de que cuando trabajamos con lo conocido somos muy buenos, ¿cómo podemos afrontar lo desconocido, los nuevos retos? ¿Existe alguna fórmula para agilizar nuestros procesos y toma de decisiones?, en definitiva ¿cómo podemos contribuir a que MAPFRE se convierta en una empresa más ágil?

Gran iniciativa. ¡Un abrazo!

Respuesta

Belén, esa frase es desafortunada porque algunos trasatlánticos se han hundido y MAPFRE no. En cualquier caso, los modernos grandes barcos son ágiles, flexibles y se adaptan a todo tipo de entornos. Así debería ser MAPFRE y poco a poco lo vamos consiguiendo. El Plan estratégico es claro y conocido por todos, los objetivos comprometidos son claros y alineados con los que cada uno tiene en su departamento. Sinceramente, a veces pensamos que nosotros somos los buenos y los demás no, cuando opinamos en el GPTW decimos que nuestra área es la mejor y que los demás fallan. Pero casualmente todos dicen lo mismo. Hay que reflexionar. Ni somos tan buenos como pensamos ni tan malos los demás. Falta comunicación, trabajo en equipo, compromiso y esfuerzo suficiente en muchos casos. Si conseguimos mejorar estos cuatro aspectos todo irá mucho mejor en la empresa. Yo emplazo a todos los empleados de MAPFRE a que hagan un cuadrante con estos objetivos y mensualmente se vayan autoevaluando en estos objetivos, con hechos concretos. Y que lo compartan en el departamento. Nos irá todo mejor sin duda.



Cruz Romero, Joaquín

En relación al colectivo médico en plantilla, ¿existe alguna estrategia en mente para reducir/compensar la sobrecarga laboral que ha ocasionado la Ley 35/2015 (más informes periciales y asistencias a juicios)? ¿Existe algún plan para el necesario recambio generacional en este sector teniendo en cuenta su dificultad por desconocimiento de este campo de los médicos jóvenes? ¿Se ha estudiado la disparidad salarial existente pese a realizar la misma labor? Gracias Presidente :)

Respuesta

Joaquín planteas un tema muy específico que merece la pena desarrollar aparte y que seguro que los responsables estarán al tanto. Seguro que hay plan y que están trabajando en ello.



Barona Rasco, Leopoldo

El vehículo autónomo es uno de los mayores avances tecnológico/sociales en un futuro emocionantemente cercano, que afectará muy significativamente a las aseguradoras. Siendo MAPFRE líder en España y América Latina, ¿No cree que sería una oportunidad para diferenciarnos y ser líderes globalmente? y ¿Cuáles son las soluciones/innovaciones que MAPFRE está desarrollando al respecto?

Respuesta

Leopoldo ya me he referido a estas innovaciones en otros comentarios. Hay importantes oportunidades como apuntas. MAPFRE ya está trabajando en ello y en la nueva versión del plan estratégico que se formulará en los próximos meses habrá novedades importantes.



Orbe, Ignacio

Hola. Un objetivo en prestaciones: descubrir muchos casos de fraude. Pero, cuando se descubren casos verdaderamente fragrantés, al tramitador se le queda la cara a cuadro; hay otra instrucción que no permite denunciar al ejecutor del fraude. Llegando algunos a reírse de la situación. ¿Se puede flexibilizar un poco, y denunciar en aquellos (mayores o menores) en que sea más viable o ejemplar? La sensación de prestaciones es la del refrán: “Ancha es Castilla”.

Saludos I. Orbe

Respuesta

Ignacio este es un tema muy específico de España. Esto debes trabajarlo con tus responsables técnicos y en aquellos casos en los que merezca la pena y entendamos que debe haber una ejemplarización, por ser estafas organizadas o de otra índole, no creo que haya problemas para proceder judicialmente. En cualquier caso hay que ser muy cautos siempre y entender que nos enfrentamos a un tema que reputacionalmente puede tener impacto y no siempre positivo.



Rosell Tena, Mariola

¿Para cuándo un tarificador sencillo en Autos (parecido al nuevo tarificador de hogar) para corredores?

Respuesta

Mariola, pues no sé si es la solución la de integrar en sus sistemas un cotizador sencillo. Entiendo que el área de corredores tiene en agenda el desarrollar aquellas aplicaciones que sean más de utilidad y prioritarias.



Pérez Ruíz, Rafael

Teniendo en cuenta la ingente cantidad de datos de la que disponemos en la actualidad, ¿Cómo va a influir en nuestra empresa a corto-medio plazo el uso del Learning Machine para mejorar nuestro rendimiento? Muchas gracias.

Respuesta

Rafael, el learning machine es una tendencia tecnológica que ayudará a que seamos más eficientes y que podamos atender más ágilmente y con más fiabilidad a nuestros clientes. Y podremos dedicarnos a tareas que aporten más valor añadido. Pero todo esto precisa de tiempo y hay que ir viendo cómo se consolidan estas herramientas.



Orbe, Ignacio

Hola:

Vemos muchos eslóganes internos sobre la transformación digital. Pero nadie, ha explicado en que consiste con palabras llanas. A un departamento como el nuestro ¿le afecta en algo? Nosotros seguimos gestionando nuestros casos con herramientas muy antiguas (UNIX-CIS) y gracias a Dios, porque es un programa muy fiable y sobre todo ágil. A este tipo de cuestión afecta por ejemplo la mencionada transformación, o ¿se refiere a otro tipo de cuestiones?

Gracias

Respuesta

Ignacio, llevas toda la razón. Y no solo en MAPFRE, siempre se habla de transformación digital y no se tiene claro que no es un fin sino un medio. Significa transformar culturalmente la organización, que implica una transformación amplia que va desde la estructura, relaciones internas, logística, infraestructura, herramientas, horarios, etc. Y todo eso choca con el día a día, más mundano pero muy importante. El atender el negocio del día a día, que es al fin y al cabo el que sostiene la empresa, desde el punto de vista es lo más prioritario y lo más urgente. En lo estratégico toca transformar, de manera tranquila y ordena, la organización para ir incorporando esa nueva forma de gestionar el negocio. Es apasionante y seguro que todos queremos ser parte de esta aventura. Pero tengamos paciencia, vamos poco a poco y sobre seguro.



Trigo Lopez-Torrecilla, Ricardo

En España, en los 4 últimos años hemos sido líderes de rentabilidad y primas (ICEA) y se han incorporado nuevas Cías. A nivel agregado (Primas del Grupo) hemos tenido rentabilidades - a primas retenidas - de entre 70% al 39%. No conozco ramo en MAPFRE con esta rentabilidad, sin embargo vamos camino de cederlo a una participada. ¿Estamos dando buena señal al mercado? ¿Qué explicación nos podría dar Presidente?

Se me olvidaba, hablo de Caución.

Respuesta

Ricardo, no creo que debamos hablar por este medio sobre asuntos reservados acerca del futuro de un negocio, sin que haya posicionamiento ni posturas oficiales tomadas al respecto.



Ortíz Arias, Carolina

Sr. Huertas: ¿Es verdad, como ya se ha publicado en algún diario financiero, que una de las estrategias que MAPFRE contempla para volver al primer puesto del ranking de aseguradoras es la adquisición de otras mas pequeñas? Si esto fuese así ¿Qué soluciones se plantea MAPFRE ante la duplicidad de puestos y funciones?

Gracias

Respuesta

Carolina, MAPFRE no contempla como estrategia el adquirir compañías más pequeñas para ganar puestos en el ranking. MAPFRE siempre ha estado atenta a oportunidades de negocio y seguirá estándolo, siempre buscando ante todo la rentabilidad y la creación de valor para el accionista. Por lo tanto creo que no procede hablar de duplicidad de puestos y funciones porque no las hay.



Sagra Cozar, Noelia

¿Qué le gusta hacer en su tiempo libre?

Respuesta

Noelia, vida sencilla, disfrutar con mi esposa y amigos de la vida. Leer, pasear, ir al cine, montar en bicicleta, viajar, la tecnología..



Sagra Cozar, Noelia

¿Qué es lo que más valora de su trabajo?

Respuesta

La oportunidad de trabajar con grandes profesionales, conocer a mucha gente tanto en MAPFRE como fuera de ella y sobre todo saber la trascendencia que tiene todo lo que hacemos, lo que influimos en la vida de los demás, tanto empleados como colaboradores y clientes. Somos muy importantes para todos ellos y tenemos que actuar con prudencia y sensatez, además de mantener siempre estándares éticos muy elevados.



Zazo Jiménez, Raúl

Buenos días, Presidente.

¿Cuál era su vocación antes de entrar a trabajar en MAPFRE?

Y a día de hoy... ¿Qué sería de usted sin MAPFRE? ¿Y de MAPFRE, sin usted?

Muchísimas gracias y enhorabuena por esta iniciativa.

Respuesta

Raúl, siempre quise ser abogado, estudié para ello y no ejercí ni un solo día.

MAPFRE sin mí, con seguridad, seguiría siendo la gran empresa que es. Hay grandes profesionales y conozco a muchos que podían haber ocupado mi posición.

Yo sin MAPFRE sería sin duda otra persona, me habría perdido una parte importante de una vida que no habría conocido. Sería un ignorante de muchas cosas que he aprendido en la casa. Con seguridad, no sería tan feliz.



Pontes Porcel, Antonio

Estimado Presidente, dado el actual escenario global ¿Cuáles son las perspectivas de la compañía de cara a “exportar / importar talento” entre las diferentes Áreas / Países? Saludos cordiales.

Respuesta

Antonio, estamos felices con el desarrollo de la Iniciativa Estratégica de Talento. Ha permitido poner sobre la mesa los nombres y capacidades de muchos hombres y mujeres de MAPFRE, que ahora o en el futuro optarán a más responsabilidades.

Siempre he sido un defensor de la movilidad, conociendo mundo se nos hace todo más relativo, y aprendemos y maduramos antes. Apoyo total sin duda.



Barasoain Rodrigo, Sergio

Estimado Antonio. Pensando en quienes (por desgracia, en ocasiones) tenemos cargas familiares que dificultan la conciliación: ¿tienen futuro los planteamientos actuales de MAPFRE para revisar el horario actual de nuestra jornada laboral? Con el pensamiento de generalizar la jornada continua. Todo ello, pensando a corto plazo.

Gracias.

Respuesta

Sergio, la conciliación es muy importante, pero hay que salvaguardar el primer interés de la empresa, que es garantizar la atención al cliente, tanto interno como externo. MAPFRE es una empresa global, que trabaja en todos los husos horarios todos los días del año. Por eso hay que ser muy cautos y estar seguros de que podemos garantizar todo eso. Con los clientes también, nos pagan una prima por garantizar un servicio y la empresa lo tiene que ofrecer adecuadamente no cuando nosotros podamos, sino cuando ellos nos necesitan. Y por supuesto hay que garantizar que los costes de la conciliación sean asumibles. Con todo eso en cuenta, entiendo muy favorable el que podamos facilitar los horarios y en esa línea, estamos con la flexibilización de horarios ya implantada en muchos centros de trabajo en España.



Gómez Ocaña, José Antonio

Buenos días. Dado que el mercado de Autos está inmerso en una guerra de precios, factor que en más veces de las deseadas el cliente antepone a coberturas/servicios, ¿hay previsto a corto/medio plazo algo innovador como fue en su día YCAR y Póliza Ecológica? Por ejemplo, ¿hay previsto un “pago por uso” para todos los clientes, y que no esté limitado por edad del conductor como en Ycar?

Gracias.

Respuesta

José Antonio, el área técnica de autos trabaja continuamente en todo el mundo para ofrecer los productos que mejor atractivo puedan tener para los clientes. El pago por uso es una posibilidad, pero sin duda hay muchas otras que se están estudiando para hacer evolucionar nuestro seguro de automóviles. Pero todo debe hacerse siempre bajo la premisa de obtener rendimientos positivos, no solo desde la perspectiva comercial. En cualquier caso, siempre estamos abiertos a sugerencias y propuestas para mejorar el portafolio.



Castaneda Donate, Sergio E.

¿Podría la Fundación considerar la posibilidad de realizar un proyecto para desarrollar un juego de estrategia sobre manejo de riesgos en la plataforma de las redes sociales? Quizás una variante de bugaMAP para las redes. Podría ayudar a la divulgación de la industria de seguros y a la vez motivar a los jóvenes con talento a interesarse por las profesiones de brindar protección financiera a las personas y las empresas contra las adversidades.

Respuesta

Sergio, seguramente es una buena idea, pero no sé si previamente alguien lo ha pensado en MAPFRE. Se lo pasaremos a los responsables de riesgos, para que evalúen con el área de seguros y previsión de FM esta posibilidad.



Del Carmen Pérez, María

Con el avance tecnológico que se está dando en el mundo y origina que se tenga una mejor calidad de vida ya sea en salud, vialidad o el trabajo, ¿cómo se prepara MAPFRE para darle al cliente lo que necesite y que seguramente ya no serán los productos actuales que ofrecemos?

Respuesta

María del Carmen, haces una reflexión que seguramente daría para muchas horas de debate que difícilmente podría contestar aquí en unas pocas líneas. Pero te apunto que todos en MAPFRE debemos estar comprometidos a aportar soluciones para esta nueva realidad. Nos preocupa y nos alegra llegar a la conclusión de que todo lo que está pasando en disrupción tecnológica y social son oportunidades para nuestro negocio y nuestra empresa. No nos podemos asustar sino todo lo contrario. El que las personas vivan más permitirá ofrecerles otros productos nuevos, el que la tecnología sea más accesible para ellos facilita el que ellos mismos gestionen su relación con la compañía, etc. La innovación en la compañía la debemos desarrollar entre todos aportando ideas. En cualquier caso las áreas correspondientes están continuamente trabajando para seguir creando soluciones nuevas y prepararnos para este nuevo entorno que comentas.



Archilla Fraticelli, Monike

¿Cómo MAPFRE PUERTO RICO afrontará las consecuencias del embate económico que vivimos y, si considera meritorio mercader con mayor ímpetu externamente nuestros productos y servicios cuando muchos consideran sacrificar sus pertenencias no asegurándolas?

Respuesta

Monike, conozco la situación de Puerto Rico muy bien y no es algo que me haya sorprendido, se veía venir. El desfase entre ingresos y gastos del sistema público era enorme año tras año y al final ha colapsado. Las consecuencias de una crisis como ésta son traumáticas para la gente, habrá más desempleo y dificultades para la clase media. Pero a la vez, como ha pasado en España, si se toman medidas de ajuste en general, reducción de precios, contención salarial, más productividad por trabajador, etc, se sale muy reforzado de la crisis y el futuro puede ser esperanzador. Respecto a MAPFRE hay que destacar que la experiencia nos dice que en tiempos de dificultades las personas y las empresas de lo último que prescindan es de sus pólizas de seguros y que nuestra industria es anticíclica y podemos apoyar la recuperación económica con nuestra actividad.



Fernández González, Antonio Faustino

¿Qué medidas se están tomando o hay previstas en lo referido a la conciliación de la vida laboral y familiar?

Respuesta

Antonio, esta pregunta ya la he respondido en el foro y te digo que muchas medidas. Somos conscientes de que es bueno tener un buen equilibrio entre la vida laboral y personal, pero eso depende tanto o más del trabajador que de la empresa. La empresa tiene que cumplir con sus objetivos y para sobrevivir, sobre todo en tiempos difíciles, todos tenemos que arrimar el hombro. La conciliación no puede suponer en ningún caso pérdida de la productividad. A propósito, no he visto en el foro ninguna pregunta de cómo podemos incrementar la productividad, para seguir creando empleo y fortalecer el crecimiento de la empresa.



Pagan Montalvo, Vivianette

¿Qué medidas están tomando o proyectan implantar para acomplarse a la nueva generación de empleados?

Respuesta

Vivianette, este es un tema que también he comentado ya en el foro, pero que podemos reforzar. Es maravillosa la oportunidad de disponer ahora de cuatro o cinco diferentes generaciones dentro de MAPFRE. Nunca ocurrió esto. Es valiosísimo tener a compañeros con mucha experiencia y vivencias con otros que tienen menos. Y con diferentes intereses generacionales y aspiraciones. Pero todos con un fin común, hacer a MAPFRE más grande y sólida. Recursos Humanos está haciendo el análisis de cómo se comportan cada una de estas nuevas generaciones de empleados, de hecho, algunos de ellos participan en nombre de la empresa en foros con otras empresas para compartir experiencias. Y se está preparando el plan de convivencia generacional que implique el que la empresa de respuesta a todos. Creo personalmente que es una oportunidad maravillosa de enriquecer el proyecto MAPFRE.



García March, Marcos

Mi comentario se refiere al mundo digital. Tenemos pocos proyectos en lo que respecta a la mejora de la experiencia del cliente, que es buena, pero debe complementarse mediante una inversión seria en lo que respecta a datos externos. Las fuentes de datos procedentes de vehículos autónomos, el Internet de las cosas, los dispositivos vestibles, los elementos demográficos y muchos otros elementos resultan fundamentales para alcanzar el éxito. ¿Estamos trabajando en los cimientos de todo ello?

¡Gracias!

Respuesta

Marcos, a nivel corporativo, somos conscientes de los cambios que se avecinan y que generan nuevas tendencias de negocio, algunas de las cuales tu citas en tu pregunta. Coincido contigo en que su adecuado uso o ignorancia serán críticos en la gestión empresarial para tener éxito. Por supuesto que estamos trabajando sobre ellos, para establecer pilares sólidos que sustenten nuestros nuevos modelos de negocio. Todos ellos van envueltos en el paquete de la transformación digital y por eso, vamos a reforzar en nuestro plan estratégico para la segunda parte de 2017 y 2018, nuestro posicionamiento digital. Trabajaremos más intensamente en iniciativas digitales nuevas, relacionadas con el auto, la salud, la distribución y la gestión de los datos. Estoy ansioso por ver como avanzan estos desarrollos!



Ivegui González, Guillermo

¿Cuál es la expectativa de MAPFRE con respecto a implementaciones tipo Verti-Pennsylvania (Mobile/Web)?, y ¿cómo se está presentando este nuevo enfoque de cara a nuestros Agentes, quienes pudieran sentirse de alguna manera afectados?

Respuesta

Guillermo, estamos muy confiados en que nuestro aterrizaje en Pennsylvania, con VERTI, va ser una experiencia apasionante. Por un lado, hay que tener los pies en el suelo, y saber que va ser una operación modesta y prudente, lo cual no le restará brillantez a la innovación que va a representar dentro de MAPFRE. Por otro tenemos que asumir con modestia, que USA es un mercado muy competido y con muchos riesgos en el horizonte de un negocio que nace desde la nada. VERTI USA será una operación 100% móvil y con un acercamiento diferenciador al cliente.

De cara a los agentes, ni esta operación ni ninguna suponen riesgo para nuestros agentes. MAPFRE siempre integra sus redes de distribución dentro de la estrategia digital y se benefician de ellas, al ampliar el perímetro de actuación del grupo y proteger sus negocios de la competencia. Los agentes siguen siendo el activo más importante que tiene nuestro grupo.

Y te recuerdo que en este Estado MAPFRE no tiene redes de agentes propios, con lo cual no hay posibilidad alguna de conflicto de canal.



Díaz, Yudith

Buenos días, Sr. Huertas, me gustaría saber si MAPFRE estaría dispuesta a contemplar la posibilidad de un horario de trabajo flexible, por ejemplo, un día libre cada dos semanas y la posibilidad de que los tasadores trabajen desde sus hogares...

Gracias.

Respuesta

Yudith, MAPFRE está comprometida para que sus empleados trabajen en un entorno adecuado y desarrollen sus tareas con satisfacción. Dentro de los planes de conciliación de vida laboral y profesional creemos en el desarrollo del trabajo flexible, que permita más libertad en los horarios de entrada y de salida y la posibilidad de trabajar en algunos momentos fuera de la oficina, ya sea en casa o en espacios abiertos. El teletrabajo puro creemos que empobrece la calidad del trabajo final, porque el valor que da el estar dentro de un grupo no se consigue individualmente. También las posibilidades de crecimiento profesional podrían limitarse, al desarrollarse fuera de la oficina únicamente trabajos simples y masivos, que no demanden interacción con compañeros o jefes.

Respecto a reducir la jornada laboral, en cada compañía, se está a lo que dicta las leyes y los acuerdos locales. No creo que reducir el tiempo de trabajo nos ayuda a ser más felices, pero lo que no ayuda es a incrementar la productividad de la empresa y a ser más competitivos, por lo que suben los costes y bajan las ventas.



Power, Richard

¿Cuál es el plan a 5/10 años para expandirnos a nivel internacional? ¿La expansión se centrará en alguna zona y/o territorio específico?

Respuesta

Richard, ya me he referido a ello en algún otro post. No podemos hablar de estrategias tan a largo plazo. A corto y a medio estamos comprometidos con incrementar nuestra presencia y rentabilidad en USA, Europa y México.



Sawyer, Maria

Recientemente, MAPFRE anunció una asociación estratégica con Nissan. ¿Existe la oportunidad de asociarse con Nissan para aprender más sobre el futuro de los vehículos autónomos?

Respuesta

Maria, nuestra alianza con Renault Nissan efectivamente tiene un componente estratégico relacionado con el futuro del automóvil muy importante. Tenemos muy buena relación con este grupo en muchas partes del mundo y ambas partes estamos trabajando para ver las posibilidades que tenemos de hacer crecer esta alianza. Ellos pueden enseñarnos mucho acerca la conducción autónoma y nosotros tenemos que ser capaces de crear nuevos productos para este tipo de riesgos.



Gaines, Christina

La conducción distraída constituye una seria preocupación para la industria de los automóviles para pasajeros privados (automotriz). ¿Acaso MAPFRE o la Fundación MAPFRE está apoyando alguna iniciativa legislativa o a grupos industriales para concienciar y combatir este creciente problema?

Respuesta

Christina, efectivamente la distracción en la conducción es un grave problema en algunos países, como USA. En otros, afortunadamente la capacidad sancionadora de las autoridades que supervisan el tráfico es muy fuerte y no son tan importantes las consecuencias de estas malas prácticas. Además de la fuerza legal, es importante que los ciudadanos se conciencien de que conducir un vehículo es disponer de una máquina de alto riesgo que mata personas. Por ello tenemos que evitar prácticas como textear o hablar por el celular mientras conducimos. Fundación MAPFRE, a través del Área de Prevención y Seguridad Vial, desarrolla programas de formación en muchos países del mundo, en colaboración con las autoridades, para alertar a jóvenes y mayores de lo peligrosas que son estas prácticas.



Gocha, Sara

MAPFRE SA adquirió Commerce hace aproximadamente 8 años, ¿puede indicarnos algunas ideas acerca de los elementos que considera positivos y negativos cuando contempla la forma en que MAPFRE USA ha progresado en el tiempo?

Respuesta

Sara, efectivamente MAPFRE adquirió Commerce Group hace ya ocho años. En estos ocho años hemos trabajado juntos intensamente, ayudando a que se produjera una integración efectiva, no solo de negocio sino también cultural entre ambos grupos. Hemos aprendido mucho todos durante este tiempo y ahora entendemos mejor el mercado norteamericano. Para MAPFRE USA, ser parte de MAPFRE, le proporciona unas capacidades corporativas que antes no tenía (técnicas, financieras, tecnológicas). Y a la vez MAPFRE a nivel global incorpora las mejores prácticas que se hacen en Estados Unidos.

El balance es muy positivo, aunque la rentabilidad del negocio ha sido peor de lo esperado. Los eventos climatológicos que se repiten con frecuencia en algunos Estados junto con las desviaciones de la siniestralidad de autos que se dan en otros han sido las causas principales de esta situación. El nivel de integración con MAPFRE avanza bien, aunque debemos potenciar más esta faceta en los próximos tres años. Pero la valoración es muy positiva y progresamos adecuadamente.



Grover, Joshua

Hemos oído que en breve se lanzará una campaña de marketing digital de marca compartida con AAA-WA y, al mismo tiempo, que se producirá el lanzamiento de Verti en Pensilvania. ¿Cómo están relacionadas o conectadas estas campañas?

Respuesta

Joshua, en las próximas semanas volveré a visitar MAPFRE USA y me pondré al día de las iniciativas que se están generando, dentro de la estrategia general de incrementar la presencia digital. Efectivamente lanzaremos VERTI después del verano y en distintos estados estamos incrementando nuestra oferta digital, con notable éxito. Toda la estrategia digital del grupo está coordinada y conectada, para ser más eficaces.



Sluis Jr, Pieter

El mercado del automóvil para pasajeros privados (automotriz) está enfrentando obstáculos internacionales en todo el mundo que se derivan del aumento de las frecuencias, la gravedad, los gastos médicos, la conducción distraída, una mayor cantidad de kilómetros conducidos, etc. ¿De qué forma impactan estos obstáculos en MAPFRE Seguros y qué se está haciendo para abordar estos graves problemas de la industria? Asimismo, gracias por celebrar este foro.

Respuesta

Pieter, tienes toda la razón. El seguro de automóviles se está viendo impactado de manera negativa por las circunstancias que citas y algunas más, crisis económica, cambios en los hábitos del consumidor, regulación y requerimientos de capital, bajos tipos de interés, etc.

Los ratios técnicos del negocio de autos han empeorado y la rentabilidad del negocio ha bajado en algunos países, entre ellos Estados Unidos. Sin embargo en otros ha mejorado como es el caso de España y Turquía, por citar algunos. El foco en el crecimiento rentable que guía nuestro plan estratégico tiene su mayor foco en la mejora técnica del negocio de autos. Tenemos que ser más disciplinados con la suscripción y la gestión de los costes, ofreciendo a la vez un servicio de calidad. En MAPFRE Insurance tenemos planes en marcha para reducir la siniestralidad de autos y estamos además ajustando las tarifas según se necesita. Tenemos que mejorar nuestra capacidad de controlar y gestionar técnicamente mejor la tramitación técnica y los costes derivados de la litigiosidad de los casos.



Fisher, Emily

Cuando contemplamos el futuro con avances tecnológicos tales como los coches sin conductor y el impacto que tendrá la tecnología a nivel internacional en el mercado del seguro del automóvil, ¿cuáles son los puntos de vista de MAPFRE sobre el particular y cómo nos estamos preparando para abordar estos avances?

Respuesta

Emily, en otras respuestas ya me he referido a este tema. Ruego las revise. Gracias.



Maisel, Melissa

El servicio al cliente crea marca. ¿Qué pasos podemos dar para mejorar la filosofía de servicio en cada departamento?

Respuesta

La excelencia en el servicio es siempre el principal elemento de diferenciación de MAPFRE y tiene que seguir siendo así. No es un tema solo de procesos, sino que es cultural. Todos los empleados deben saber que servimos al cliente, interno y externo, y al cliente final, el que compra la póliza, y al intermediario. A todos ellos nos debemos, con un nivel de calidad elevado. Los ratios de medición de la calidad emitida son necesarios, todos debemos saber en que tiempo realizamos cada proceso tratar de mejorarlo, porque todo ello impacta en el cliente final. Pero a la vez tenemos que medir la calidad que el propio cliente percibe, a través del NPS y ver como podemos mejorar esta percepción poco a poco. La calidad no es un objetivo en si mismo, sino que es una consecuencia del trabajo bien hecho, y eso solo se consigue si disponemos de la formación necesaria, las herramientas adecuadas y, nosotros, como empleados, tenemos la actitud personal necesaria para afrontar cada caso, cada llamada, cada contacto, como el más importante del día, siendo muy profesionales y procurando que el cliente se vaya completamente satisfecho. Todo ello dentro de la disciplina de las normas y con el rigor adecuado.



Berardi, Eva

¿Hay alguna lección que MAPFRE USA pueda aprender del éxito que obtuvo MAPFRE en España y que pueda adaptarse al mercado local?

Respuesta

Eva, ya me he referido a este tema en otras preguntas. Creo que puedes repasarlas y buscar la información. Gracias



Villafranco, Exavier

¿Cuál es su grado de confianza en relación con el progreso que ha hecho MAPFRE USA en lo que respecta a la mejora de la rentabilidad?

Respuesta

Exavier, ya me he referido a esta pregunta en otras respuestas. Ruego búsques la información. Gracias.



Crosby, William

En la reciente Junta de Accionistas usted mencionó que “seguimos reforzando nuestras regiones”. En su opinión, ¿cómo cree que se está llevando a cabo?

Respuesta

William, entiendo que te refieres a fortalecer las regiones en USA. Efectivamente me refería a ello en la última AGM. Y me refería a que MAPFRE USA debe continuar descentralizando sus decisiones y control técnico y llevarlo a los equipos de la región. Los equipos técnicos de las diferentes regiones son los que deben estar cerca del negocio, conocer las singularidades de cada zona y aplicar con disciplina las normas técnicas. A eso me refería. Soy un firme defensor de la descentralización de la gestión técnica, para que siga muy de cerca el desarrollo comercial.



López Liebana, Juan Pedro

Estimado Sr. Huertas; a tenor de la actual situación de las pensiones y la baja calidad de la atención sanitaria; ¿Cree que MAPFRE, tendría capacidad para proponer al gobierno un cambio regulatorio en materia de pensiones y asistencia sanitaria, proponiendo que sean las aseguradas las que gestionen las mismas, recibiendo las cotizaciones sociales de los trabajadores con el fin de gestionar las pensiones y la asistencia sanitaria de ámbito privado?
Saludos.

Respuesta

Juan Pedro, no creo que puedan desarrollarse iniciativas en ese sentido. Es más, soy un firme defensor del estado del bienestar y por tanto de la participación activa del Estado dentro de la gestión sanitaria de asistencia primaria, especializada y hospitalaria. Creo que hay que garantizar siempre un acceso libre e igualitario a estos servicios básicos. Pero a la vez defendemos un modelo sanitario y asistencial privado que pueda ser complementario con el público.

Sí creo que podrían proponerse reformas que permitieran que las personas con más recursos tuvieran capacidad de elegir entre la oferta pública o privada, tal y como hasta ahora tienen los funcionarios. Con ello ayudaríamos a descargar de trabajo el sistema público, lo que redundaría en una mejor calidad para la mayoría de los ciudadanos.



Abad Cornago, Pilar

En el mercado español, altamente competitivo y con posicionamiento potente de otras entidades financieras y aseguradoras, ¿qué opciones tenemos de seguir ganando cuota de mercado para recuperar y mantener liderazgo?

Respuesta

Pilar, MAPFRE continúa siendo la compañía de referencia del mercado español, por ser la única que lidera la mayoría de los ramos y además la que ofrece el abanico más amplio de productos y soluciones aseguradoras para sus clientes. Somos además la aseguradora más rentable, con estas condiciones, y disponemos de la mejor y mayor red de distribución en nuestro país. La primera y principal opción que tenemos para seguir disponiendo de esta posición de privilegio es aprovechar todas estas fortalezas para seguir creciendo de manera rentable. Esa es la principal arma competitiva que tenemos, de cara a garantizar la sostenibilidad de nuestro modelo. Crecer si, pero crecer rentablemente y batir al mercado. Con eso defendemos cuota de mercado en los productos que lideramos y protegemos nuestra empresa y a nuestros accionistas. Por otro lado MAPFRE siempre está abierta a oportunidades y en el futuro se presentarán opciones que puedan complementar nuestra red de distribución o nuestra oferta, a través de acuerdos con otros grupos, financieros o no. Además nuestra estrategia de crecimiento en Vida está siendo exitosa y, dentro del escenario actual de bajo tipos de interés, competimos con mucha solvencia contra los operadores bancarios y resto de aseguradores.



Romero, Juan

Hola, trabajar en MAPFRE USA me ha dado retos personales y profesionales que me han hecho madurar, espero seguir aportando a esta organización toda mi capacidad para que así podamos crecer juntos.

Respuesta

Juan, me alegro mucho que consideres tu trabajo en MAPFRE retante y que te aporte capacidades personales y profesionales. Ya sabes, esfuerzo, compromiso, orientación a resultados, aprendizaje y estar atento a las oportunidades.



Ludovico Corsatto, Eloa

El tráfico es uno de los mayores problemas de las grandes ciudades. En 2013, Brasil registró la muerte de 1.791 niños hasta 14 víctimas del tráfico, donde 60% fueron por atropellamientos o como pasajeros. Aunque Fundación MAPFRE desarrolle proyectos efectivos en temas de seguridad vial, ¿cuáles son las estrategias de MAPFRE para contribuir con la meta de los ODS de hasta 2020 reducir a la mitad las muertes y los heridos globales por accidentes en carreteras?

Respuesta

Eloa, efectivamente la accidentalidad derivada de la circulación de vehículos es mucho más elevada de lo que nuestra sociedad puede soportar. Incluso en Europa, y España, donde la labor de concienciación y también de prevención, ha sido muy importante en los últimos años todavía hay demasiados accidentes y demasiadas víctimas. Mientras haya una sola víctima hay que seguir trabajando. Fundación MAPFRE trabaja como sabes en más de veinte países, colaborando con autoridades, centros de educación de niños y jóvenes y otras organizaciones para remover las conciencias, mejorar el conocimiento del problema y colaborar en todo aquello que está en su mano. Desde MAPFRE como empresa lo que si debemos hacer es convertirnos en portavoces de todo lo que propaga FM. Entre ello, difundir sus actividades y sus materiales, colaborar en todas sus actividades y nosotros mismos comportarnos como buenos ciudadanos cuando estemos conduciendo un vehículo.



Veloso, José

Querido Sr. António Huertas,

En la coyuntura actual, ¿cree que MAPFRE puede tener una posición más dominante en el mercado, especialmente en el mercado portugués? Muchas gracias.

Respuesta

José, Portugal es un país muy querido para MAPFRE. Nos gustaría disponer de una posición de mercado más grande, y tenemos dos vías, crecer a través de nuestra compañía o comprar alguna otra operación. Ahora, con los cambios que se han producido en el equipo directivo, esperamos poder crecer más y de manera más rentable en los próximos años. Oportunidades de adquirir compañías ha habido en el pasado pero no se dieron las condiciones adecuadas. Pero siempre estaremos atentos a las oportunidades que se presenten.



