El Servicio de Estudios de MAPFRE ya es un referente global ¿CUÁNTO PIERDE NUESTRA SOCIEDAD POR LA **BRECHA DE GÉNERO?** 

DIEZ AÑOS CON **RAFA NADAL** 





# Prestigio y presencia en la sociedad

**EL DATO** 

EN 2018, RECIBIMOS

1.467.368
HORAS DE FORMACIÓN,
ES DECIR.

41,5
HORAS DE MEDIA POR
EMPLEADO

Escogimos estas palabras para arrancar la presentación de la revista que tienes en tus manos porque así vemos nuestro tema de portada, el Servicio de Estudios: prestigioso y presente en la sociedad. Pero las mismas palabras se pueden hacer extensivas a toda MAPFRE y a todos los temas de este número.

Prestigio y presencia hay en las herramientas que tenemos a nuestra disposición para desarrollar mejor nuestra carrera profesional en MAPFRE, tema de la sección PERSONAS MAPFRE; y en los PROTAGONISTAS que nos explican cómo el Canal Corredores es fundamental en el negocio de la industria aseguradora.

Y qué mayor prestigio que el que nos aporta llevar 10 años acompañando (y él a nosotros) a Rafael Nadal, el mejor tenista español de la historia.

Y qué mayor presencia en la sociedad que la que estamos consiguiendo con la participación en el clúster de empresas que se dedican a estudiar las oportunidades perdidas por causa de la brecha de género. Ahí queda de manifiesto el compromiso de MAPFRE en relación con la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, como elemento que aporta valor a la empresa y enriquece de una forma notable el desempeño de su plantilla.

APROVECHAMOS LA OCASIÓN
PARA DESEARTE UN FELIZ VERANO Y QUE
DISFRUTES DE LA LECTURA

Más técnicos, pero sin duda muy actuales, son por un lado el artículo que dedicamos a los fondos de inversión, con consejos para mejorar nuestra cultura financiera, y, por otro, la entrevista a Eduardo Sánchez-Delgado, subdirector general del Área Actuarial de MAPFRE, sobre big data, su empleo en modelos predictivos y su aplicación al mundo del seguro.

Aportación a la sociedad es también la que hace **tu fundación** con la concesión de sus premios sociales. En este número llevamos una breve entrevista a Emilio Aragón, artista recientemente galardonado con el Premio a Toda una Vida Profesional José Manuel Martínez. Y no te pierdas Superhéroes de Barrio, iniciativa con superpoderes para hacer volar las ilusiones de las personas que sufren.

Te animamos también a participar de la iniciativa Voces de la Estrategia. Todavía estás a tiempo de grabar tu vídeo contándonos cómo contribuyes a transformar MAPFRE y subirlo a la Intranet Global.

#### **STAFF**

Presidente del Consejo Editorial Ignacio Baeza

Director

Javier Fernández González

Han colaborado en este número Cristina Bisbal, Juan Francés, Pablo Fuentes, Isabel Garbisu, Ismael García, Nuria del Olmo, María Jesús Pérez, Eduardo Sánchez Delgado, Jaime Solís, Sara Torres

Edición

Violeta Mateo Román

Edita

Dirección de Comunicación de MAPFRE

Diseño y maquetación

Moonbook

Distribuye

Editorial MAPFRE, s.a.

Ctra. Pozuelo, 52

28222 Majadahonda, Madrid

Tel: 91 581 53 59 edimap@mapfre.com

Imprime

Gráficas Monterreina

Depósito Legal

M.1.017-1993

ISSN 1132-9068

VALORA NUESTROS ARTÍCULOS EN www.elmundodemapfre.com/revista104

ESPERAMOS TUS COMENTARIOS EN NUESTRA EDICIÓN DIGITAL



# **06** EN PORTADA

El **Servicio de Estudios**, una fuente relevante de análisis económico a nivel global. Hablamos con **Manuel Aguilera**, quién dirige el servicio desde 2015.

## **14** PERSONAS MAPFRE

## Quieres crecer profesionalmente?

MAPFRE te ofrece herramientas para dirigir y gestionar tu carrera profesional.

#### **22** TEMAS

**Todo lo que necesitas saber del fenómeno BIG DATA** y no te atrevías a preguntar.

# **28** PROTAGONISTAS

#### Corredores y brokers.

Una labor intrínsecamente relacionada con nuestro pilar estratégico de Orientación al Cliente.

## 34 **ACTUALIDAD**

Entrevista a Emilio Aragón, comunicador y ganador del Premio Fundación MAPFRE a Toda una Vida profesional.

## 36 **CLAVES**

Tus objetivos, más cerca con los fondos de inversión.

# **ESTRATEGIA**

#### Voces del plan estratégico.

Cómo nuestros compañeros contribuyen a transformar MAPFRE en relación a este pilar estratégico.





# **PATROCINIOS**

Rafa Nadal, el mejor tenista español de la historia, cumple una década con MAPFRE

# **SEGUROS**

Fundación MAPFRE ha celebrado el 40 aniversario de La Ley de Seguros **Agrarios Combinados** de España, la norma que por primera vez permitió proteger al agricultor de las consecuencias derivadas de los acontecimientos catastróficos.



# GRUPOS DE INTERÉS

Closingap. ¿Cuánto pierde nuestra sociedad por la brecha de género?

### 56 **ESTAR BIEN**

#### La salud es también una cuestión de género.

La nueva campaña "Juntos, saludables" tiene como objetivo informar y concienciar sobre el cuidado de la salud desde una perspectiva de género.

# **6U** FUNDACIÓN

Tu fundación te presenta superhéroes de barrio

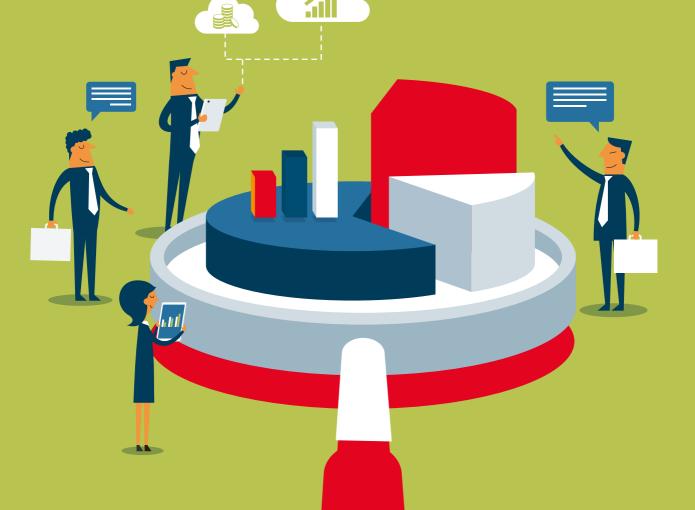
# PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS





El Servicio de Estudios, una fuente relevante de

# ANÁLISIS ECONÓMICO ANIVEL GLOBAL



#### TEXTO JUAN FRANCÉS | ILUSTRACIONES ISTOCK

Prever las consecuencias económicas a largo plazo del envejecimiento de nuestras sociedades. Analizar de forma comparada los distintos sistemas de salud que existen en el mundo. Pronosticar la evolución económica mundial y de los principales mercados aseguradores del planeta. Son solo unos pocos de los múltiples informes que el Servicio de Estudios de MAPFRE publica regularmente. Cuando se van a cumplir ya cuatro años de la constitución de este organismo, dedicado al análisis de las políticas públicas sobre seguros y previsión social, la evolución macroeconómica y la regulación del sector asegurador, te invitamos a conocer un poco mejor en qué consiste el Servicio de Estudios y a las personas que lo integran.

El Consejo de Administración de MAPFRE aprobó la creación del Servicio de Estudios en octubre de 2015, con el mandato de enfocar sus trabajos en los siguientes ámbitos de actuación:

- El análisis económico y financiero, a través del seguimiento de las principales variables macroeconómicas y financieras, con especial énfasis en su impacto sobre la industria aseguradora.
- · La realización de estudios en materia sectorial, comprendiendo la elaboración de investigaciones sobre temas relacionados con los seguros, reaseguros y la previsión social complementaria, entre otros.
- La preparación de análisis en materia de la regulación a la que se encuentran sujetas las actividades financieras.

Para liderar esta nueva institución, se nombró director general a Manuel Aguilera, economista de reconocido prestigio internacional, presidente de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas de México durante casi dos décadas, y que ha sido también presidente del Comité de Seguros y Pensiones Privadas de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y presidente de la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS).

El Servicio de Estudios de MAPERE cuenta con su espacio propio dentro la página web corporativa de MAPFRE y depende orgánicamente del vicepresidente primero, Ignacio Baeza.

Está integrado por un equipo de investigadores y analistas que cuentan con una dilatada experiencia y conocimientos en los ámbitos que son objeto de estudio. En estos años, el organismo ha ido ganando relevancia y configurándose como un agente impulsor del debate económico, con la voluntad de incidir y opinar sobre los principales asuntos y retos de las distintas políticas económicas.

Igualmente, estos primeros años han servido para que el organismo haya ido gradualmente participando de manera activa en los debates públicos sobre asuntos como la previsión social complementaria, el papel del seguro como elemento distribuidor de riesgos en la sociedad, la evolución de las economías en las que opera, las grandes tendencias de las variables monetarias y financieras o el impacto de la regulación en el ámbito asegurador y financiero.

Entre los informes y estudios que elabora, y que publica Fundación MAPFRE, destaca el *Panorama Económico y Sectorial*, que se difunde a principios de año, y elabora una previsión de la evolución económica mundial y de las principales regiones del planeta, así como un mapa de los mayores riesgos a los que se enfrenta la economía global en el ejercicio. Dicho informe se actualiza trimestralmente.

Recientemente, el Servicio de Estudios ha lanzado también un nuevo indicador, el GIP-MAPFRE, un índice global de potencial asegurador que tiene por objeto medir el espacio asegurable a nivel mundial, mediante la creación de una métrica que sintetiza los mercados que ofrecen un mayor potencial asegurador en el medio y largo plazo.

Algunos de los integrantes del equipo del Servicio de Estudios, profesionales de primera línea, en la sede social de MAPFRE

#### REVISTA DIGITAL ECONOMÍA Y SEGUROS

Como complemento a los estudios, el Servicio de Estudios también cuenta con una revista digital de periodicidad bianual, *Economía y* **Seguros**, cuya finalidad es abrir un espacio de comunicación para contribuir a la difusión de los principales trabajos del organismo. En ella se abordan los temas de actualidad que ya han sido tratados en las diversas publicaciones de la entidad. Puedes consultarla —y suscribirte— en https://www. economiayseguromapfre. com/numero-3/



## **ENTREVISTA MANUEL AGUILERA**



A primera vista, nuestro entrevistado parece sacado de una película de Rossellini o Vittorio de Sica. Con su aspecto serio y adusto, su fino bigote y sus exquisitos modales de caballero británico, su imagen evoca el neorrealismo italiano. Pero no es Vittorio Gasman, sino Manuel Aguilera, un mexicano de San Luis Potosí, que es un economista de prestigio internacional, dirige el Servicio de Estudios desde 2015 y tiene un don: es capaz de explicar las cuestiones económicas más enrevesadas de forma sencilla. concisa v clara.

#### ¿Cómo fue la experiencia de dirigir la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas durante casi 20 años?

Una experiencia muy enriquecedora, ya que pocas veces en la administración pública es posible hacer coincidir un período de gestión con la concreción de un proyecto de largo plazo. En este caso, durante ese lapso al frente de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF) fue posible conformar un equipo de trabajo de profesionales de primera línea que consiguió elevar de manera sustancial los niveles técnicos de la regulación y supervisión en materia aseguradora, implementando un esquema equivalente al modelo de Solvencia II de la Unión Europea. Aunque la existencia de una mejor regulación no es una condición suficiente para el desarrollo del sector asegurador, no tengo duda de que constituye una condición necesaria para que ese desarrollo se dé sobre bases sanas y estables. En esa medida, confío que el

trabajo de la CNSF durante esos años haya sido una contribución al futuro de la actividad aseguradora en México.

# Hay muchas diferencias entre el sector asegurador mexicano y el español?

Las hay en el sentido de las diferencias que existen en el desarrollo económico y social entre ambos países. Finalmente, el grado de expansión de la actividad aseguradora en una sociedad no es sino el reflejo del nivel de desarrollo de las actividades económicas y de la forma en la que la sociedad es capaz de utilizar el mecanismo del seguro para compensar las pérdidas derivadas de los riesgos que enfrenta. De esta forma, mientras que el español es un sector asegurador maduro y con niveles relativamente altos de penetración en la economía, el mexicano es todavía un sector en proceso de desarrollo que enfrenta bajos niveles de implantación en la actividad económica y social. A pesar de ello, en la dimensión de su estructura y tradición aseguradora, ambos sectores comparten similitudes que derivan de la cercanía cultural entre ambas naciones y que determinan que, en muchos aspectos, el sector asegurador mexicano encuentre en la actividad de seguros en España una permanente referencia.

# ¿Aprendió mucho como presidente del Comité de Seguros y Pensiones Privadas de la OCDE? A diferencia de los organismos

A diferencia de los organismos internacionales conformados en torno a la regulación y supervisión NUESTRA VISIÓN ES SER UN REFERENTE EN EL ANÁLISIS ECONÓMICO VINCULADO ESPECÍFICAMENTE AL DESEMPEÑO DEL SECTOR ASEGURADOR





Estudios: Elementos para la expansión del seguro en América Latina y Envejecimiento poblacional

que tuve la oportunidad de presidir lla Asociación Internacional de Supervisores de Seguros y la Asociación de Supervisores de Seguros de América Latina), el Comité de Seguros y Pensiones Privadas de la OCDE es un espacio para las políticas públicas. Es decir, más que una instancia para discutir modelos de regulación prudencial que preserven la estabilidad y solvencia de los mercados, el Comité constituye un foro de discusión sobre los elementos que pueden perfilar el futuro desarrollo de la actividad aseguradora. En esa medida, el trabajo en la OCDE constituyó para mí un complemento a la visión de regulador y supervisor. permitiéndome participar en muchas de las discusiones sobre las futuras áreas de actuación de la industria de los seguros, así como en el diseño de instrumentos de política pública que pueden permitir que esta actividad contribuva crecientemente a la dinámica económica global y, en última instancia, al beneficio de la sociedad.

#### ¿Y cómo fue el salto del alto funcionariado internacional a la empresa privada? ¿Qué le impulsó a venir a MAPFRE?

Mi trabajo al frente del organismo de regulación y supervisión en México, y en especial su faceta en materia de coordinación y colaboración internacional, me permitió entrar en contacto con muchos profesionales del seguro en el mundo, tanto del sector público como de la empresa privada. Por ello, conocía a

MAPFRE no solo por su presencia de muchos años en México, sino también por su relevancia internacional. Así que diría que la intención de MAPFRE de poner en marcha un proyecto para conformar un departamento de análisis económico con énfasis en el desempeño de la industria de seguros, aunada a su prestigio como grupo asegurador global, fue la combinación justa para aceptar la invitación para encabezar el proyecto. Se trataba de la conjunción ideal: el análisis económico, tema al que he dedicado parte importante de mi vida profesional; la actividad aseguradora, a la que me he vinculado por muchos años; y MAPFRE, un gran grupo empresarial.

#### ¿Qué balance hace de estos casi cuatro años al frente del Servicio de Estudios de MAPFRE?

Me parece que se trata de un balance muy positivo. Por una parte, en estos años hemos conseguido conformar un área especializada de análisis a partir no solo de la incorporación de profesionales de primera línea que se han unido a nuestro proyecto, sino también del aprovechamiento del talento interno que hemos identificado dentro del Grupo. Y por la otra, hemos logrado que el Servicio de Estudios de MAPFRE sea identificado ya como una de las fuentes relevantes de análisis del sector asegurador a nivel global.

¿Qué papel desempeña la Fundación MAPFRE en la actividad del Servicio de Estudios? Fundación MAPFRE es la editora

HOY DÍA, LA ECONOMÍA Y LA **SOCIEDAD SON GLOBALES. SOLO EN ESA DIMENSIÓN PODEMOS** IMAGINARLAS Y ENCONTRAR LAS SOLUCIONES CORRECTAS A **SUS PROBLEMAS** 





Estudios: Inversiones - Sector asegurador y Regímenes de regulación de solvencia en seguros

de los estudios e informes que elaboramos, y la instancia principal en las labores de difusión de nuestros trabajos. El Servicio de Estudios es un área dentro de la estructura corporativa del Grupo MAPFRE, así que nuestra relación con Fundación MAPFRE busca preservar rigurosamente la debida separación que debe existir entre ambas entidades. Así, el papel que desempeña Fundación MAPFRE ha resultado decisivo en los avances. v logros que hemos alcanzado hasta ahora, ya que el prestigio y presencia de la Fundación a través de sus diferentes actividades, ha permitido que nuestros informes lleguen a un amplio público interesado en el análisis del sector asegurador en el mundo.

#### ¿Por dónde pasa el crecimiento del Servicio de Estudios en los próximos años?

En nuestra visión nos hemos planteado ser un referente en el análisis económico vinculado específicamente al desempeño del sector asegurador. Para consolidar ese propósito, contamos ya con una serie de publicaciones de referencia, las cuales nos han permitido posicionarnos desde esa perspectiva. Para los próximos años, nuestro plan pasa por consolidarnos como esa referencia en el análisis económico de la industria aseguradora global v. al mismo tiempo, por ampliar nuestra capacidad de difusión y de participación en foros en los que la visión del Servicio de Estudios contribuya a seguir fortaleciendo la posición de MAPFRE como grupo asegurador global.

#### ¿Cuáles son los mayores riesgos que a su juicio enfrenta la economía mundial en la próxima década?

En mi opinión los riesgos de la economía del mundo para los próximos años serán especialmente complejos y no pasan solamente por el análisis de los aspectos puramente económicos. La sociedad global deberá enfrentar no solo la desaceleración en el ritmo de crecimiento de la actividad económica, el cual podría extenderse a lo largo de los próximos años, sino que también deberá lidiar con los efectos económicos y sociales de la polarización que ha sido acentuada por el fenómeno de la globalización. En este sentido, hay dos cuestiones que me parecen centrales en la visión de los riesgos que enfrentará la economía global. La primera es que conviene recordar que los riesgos económicos no se presentan en un ambiente aséptico, sino que se ven influidos por el ambiente social en el que la propia economía se desenvuelve. En este sentido, el surgimiento de populismos y nacionalismos que caracteriza a las sociedades contemporáneas, terminará reflejándose (a través del proteccionismo y las tensiones comerciales) en el desenvolvimiento económico futuro v traduciéndose en menores niveles de eficiencia y, por ende, de generación de riqueza. Y la segunda, que la polarización económica se va convirtiendo poco a poco en el mayor lastre para estimular nuevas fases de crecimiento económico sostenido. Por décadas (por siglos, quizás), los economistas han visto la solución

EL PRESTIGIO Y PRESENCIA
DE FUNDACIÓN MAPFRE HA
PERMITIDO QUE NUESTROS
INFORMES LLEGUEN A UN
AMPLIO PÚBLICO INTERESADO
EN EL ANÁLISIS DEL SECTOR
ASEGURADOR EN EL MUNDO



Sistemas de salud, un análisis global

a estos problemas en paradigmas parciales y circunscritos a las fronteras nacionales. Eso ha dejado de ser útil. Hoy día, la economía y la sociedad son globales. Solo en esa dimensión podemos imaginarlas y solo en esa dimensión seremos capaces de encontrar las soluciones correctas a sus problemas.

#### Veremos algún día cerrarse la brecha de protección del seguro en el mundo, ¿o es imposible?

Me parece que la respuesta a esa pregunta se encierra dentro de una más general: ¿veremos algún día cerrarse la brecha del ingreso en el mundo? ¿Veremos cerrarse las brechas de la desigualdad y la polarización? La brecha de protección del seguro es, en último análisis, una brecha de niveles de desarrollo, y esta, a su vez, una expresión de las diferencias socio-económicas. ¿Pueden esas brechas cerrarse? La historia del mundo nos confirma que, al menos, esas diferencias tienen una clara tendencia a reducirse y. finalmente, los niveles de ingreso ly de protección del seguro, en consecuencia) a converger. De ser así, la pregunta relevante tiene que ver con el lapso que como sociedad global deberemos esperar para que eso ocurra. Y la respuesta a ese interrogante nos lleva nuevamente a la capacidad que tenga la sociedad global para encontrar las bases para nuevas etapas de crecimiento sostenido con mayor equidad.

Ha escrito un libro en el que aborda la teoría económica comparativa acerca de los enfoques más relevantes en torno

#### al crecimiento y la distribución. ¿Keynes tenía razón?

Una de las cuestiones que el desempeño reciente del mundo nos ha demostrado es que la economía de mercado (en su versión globalizadora) ha sido una enorme potenciadora de la capacidad de crecimiento de la riqueza material. Sin embargo, también nos ha mostrado que esa capacidad para la generación de riqueza no ha venido acompañada de un esquema más justo y equitativo de distribución entre quienes participan en su proceso de generación. En otras palabras, el paradigma económico que ha quiado el crecimiento de la economía global en las últimas décadas ha resultado insuficiente para garantizar el aumento de los niveles de ingreso de grandes grupos sociales en el mundo; condición indispensable para pensar, en el largo plazo, en la estabilidad del crecimiento económico. ¿Tenía Keynes razón? Como todos los grandes pensadores económicos, la tenía en algunas cuestiones. Quizás la más importante, en términos de los nuevos paradigmas que hagan sostenible el crecimiento económico del mundo, es que es indispensable volver a plantear la economía de la demanda como una vía, por una parte, para estimular el crecimiento de la economía y, por la otra, para hacer de ese aumento de la riqueza material un proceso más equitativo y justo.

¿Algún tema que no hayan tratado en sus estudios, y que le gustaría abordar en el futuro? El sector asegurador tiene la cualidad de tocar prácticamente

**HEMOS CONSEGUIDO** CONFORMAR UN ÁREA ESPECIALIZADA DE ANÁLISIS **CON PROFESIONALES DE** PRIMERA LÍNEA APROVECHANDO TAMBIÉN EL TALENTO INTERNO



Sistemas de pensiones

todas las áreas de la actividad de la sociedad. En esa medida. al investigar cualquier área de actuación en la que el seguro interviene, se analiza también la actividad económica o social a la que se encuentra ligada. Desde los mecanismos para la protección de los medios que dan continuidad al funcionamiento económico, pasando por el impacto económico v social de las catástrofes naturales, y hasta los mecanismos que proveen estabilidad y equidad a la convivencia social como los sistemas sanitarios o de pensiones. Por eso los temas potenciales que pueden abordarse desde un área como el Servicio de Estudios son muchos. Aun así, creo que hay un espacio específico en el que deberemos centrar nuestra atención en los próximos años, dada su especial relevancia por el momento que vive la sociedad global. Un espacio conformado por los riesgos que derivan de cuatro vértices: el efecto económico del rápido avance del proceso tecnológico, el impacto social y económico del acelerado proceso de envejecimiento de las poblaciones del mundo, la forma de revertir la tendencia a la desaceleración/estancamiento de la economía global, y la necesidad de lograr mayores niveles de equidad económica que doten de estabilidad a la convivencia social. Creo que en el área que forman esos vértices se encuentran, sin duda, buena parte de los temas (económicos y aseguradores) que requieren de que todos contribuyamos con análisis y respuestas.

# ¿QUIERES CRECER PROFESIONALMENTE? MAPFRE PONE A TU DISPOSICIÓN LAS HERRAMIENTAS QUE NECESITAS PARA CONSEGUIRLO







#### TEXTO SARA ELENA TORRES HORTAL | IMÁGENES ISTOCK Y ÁREA CORPORATIVA DE RRHH

Para MAPFRE, las personas están en el centro de su acción y desarrollarlas es una **prioridad estratégica** para nuestra entidad porque lo que diferencia a nuestra empresa es, precisamente, el equipo humano con el que cuenta. Ese desarrollo se extiende a todos los que formamos parte de esta compañía con el objetivo de que seamos mejores en nuestro trabajo.

Desarrollar ese potencial no es una tarea exclusiva de la empresa, sino que es responsabilidad de cada uno de nosotros. **Somos los protagonistas** de hacer crecer nuestro talento.

Ese crecimiento puede asegurar un incremento de la productividad en la empresa,

#### TÚ ERES EL PROTAGONISTA DE TU DESARROLLO PROFESIONAL

pero, también, te ofrece la oportunidad de mejorar tu empleabilidad, adaptarte y reinventarte en nuestro actual entorno profesional. Hay que equilibrar las necesidades de negocio de la organización con los deseos, expectativas y el potencial de los empleados.

Proporcionarte oportunidades de aprendizaje y opciones de movilidad, propiciar, valorar y reconocer el mérito de las ideas, buscar tu mejor experiencia en la compañía y ofrecerte toda la información que necesitas son algunas de las herramientas que MAPFRE pone a tu disposición para tu desarrollo profesional.

#### LA FORMACIÓN EN TU DESARROLLO PROFESIONAL

Es una de las primeras palancas en las que pensamos cuando



queremos desarrollarnos porque, para crecer y mejorar, es imprescindible la formación continua para adquirir nuevos conocimientos, habilidades y hábitos. A día de hoy, ya no sólo es importante haberse formado en una determinada profesión, sino renovarse constantemente para adaptarse a las necesidades de un entorno cada vez más cambiante. Se trata de una inversión para tu futuro a corto, medio y largo plazo.

En MAPFRE promovemos el aprendizaje continuo y el desarrollo del conocimiento técnico de los empleados a través de la Universidad Corporativa MAPFRE, poniendo el foco en:

- Ligar siempre el conocimiento a la estrategia y a los objetivos del negocio
- Fortalecer el conocimiento técnico y potenciar que se comparta

EN 2018, TODOS LOS EMPLEADOS QUE TRABAJAMOS EN MAPFRE RECIBIMOS FORMACIÓN, LO QUE SUPUSO

#### 1.467.368 HORAS

**DE FORMACIÓN,** ES DECIR, 41,5 HORAS DE MEDIA POR EMPLEADO.

- Aprovechar las ventajas de la formación interna
- Medir el impacto de la formación en el puesto de trabajo
- Implicar a la Dirección en la formación de los empleados
- Reforzar el conocimiento de la cultura MAPFRE

Con este enfoque estratégico, las herramientas que te ofrece MAPFRE para tu desarrollo en el ámbito de la formación son:

#### Autoaprendizaje

Con Autoaprendizaje, MAPFRE pone a tu disposición un catálogo abierto de recursos formativos online con contenidos técnicos, tanto de tu función como de otras funciones de la compañía para que, según tus inquietudes, diseñes tu propia **ruta de aprendizaje.** Este catálogo se refuerza con contenidos transversales sobre habilidades, cultura y políticas globales.

Este material está a tu disposición a través de la plataforma Success Factors (si estás trabajando en España accedes desde el Autoservicio). El catálogo cuenta con más de 200 recursos formativos disponibles, y en 2018 se han registrado más de 5.200 auto inscripciones.

#### Programas de mentorización

El mentoring es una herramienta basada en aprovechar la transferencia de conocimientos, valores y cultura y en el aprendizaje a través de la experiencia. En MAPFRE se han implementado dos tipos: mentoring tradicional y mentoring inverso; en el primero, profesionales con perfiles senior y con gran experiencia ejercen de mentores de empleados con perfiles más junior, y en el mentoring inverso, empleados, habitualmente perfiles más juniors y digitales, trasladan a perfiles más seniors su experiencia en el uso de herramientas digitales, plataformas colaborativas, redes sociales y últimas tendencias, facilitándoles el aprendizaje en contenidos digitales para abordar con éxito el nuevo escenario digital y de transformación en el que se está moviendo nuestra compañía.

En general, la selección de los mentores y meentes se realiza por parte de cada entidad desde RRHH y las distintas áreas. En algunos países como Puerto Rico, también se da la opción de que los empleados se postulen como mentores, sobre todo para la opción de mentoring inverso. Si estás interesado en ser mentor, contacta con tu equipo de RRHH.

Este tipo de programas, que son un claro ejemplo de cómo la diversidad generacional es un valor para MAPFRE, comenzaron en 2018, que cerró el año con 215 mentores y 263 mentees en el mentoring tradicional, y con 64 mentores y 75 mentees en el mentoring inverso.



**ENTRE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN QUE PODEMOS DESTACAR SE ENCUENTRAN:** 

EL DESARROLLO DE MÁS DE 70 PROGRAMAS

**GLOBALES DE CARÁCTER** TÉCNICO Y TRANSVERSAL. LIGADAS AL PLAN ESTRATÉGICO DE MAPFRE

LA CREACIÓN DE LAS **AULAS DE VENTAS Y CLIENTES, DENTRO** DE LA ESCUELA DE CLIENTES Y DESARROLLO COMERCIAL

LA PUESTA EN MARCHA DEL AULA **DE CONOCIMIENTOS TÉCNICOS DIGITALES** 

LA FORMACIÓN TÉCNICO-COMERCIAL REPRESENTA EL 81.30% DEL TOTAL DE LA FORMACIÓN IMPARTIDA

LA CREACIÓN DEL PROGRAMA **GLOBAL DE SEGUROS, DESTINADO** A TODOS LOS EMPLEADOS, PARA REFORZAR SUS CONOCIMIENTOS TÉCNICOS SOBRE SEGUROS, Y LOS PROGRAMAS GLOBALES TÉCNICO DEL NEGOCIO DE VIDA Y NEGOCIO DIGITAL Y EXPERIENCIA DIGITAL DEL CLIENTE.

TODAS LAS ACCIONES DE APRENDIZAJE SE DESPLIEGAN A TRAVÉS DE LA UNIVERSIDAD CORPORATIVA. FORMADA POR: 16 ESCUELAS, 10 AULAS DE CONOCIMIENTO, UN INNOLAB, TRES CAMPUS FÍSICOS -EN MADRID, MÉXICO Y BRASIL- Y **NUESTRO ECAMPUS, EL CAMPUS** VIRTUAL QUE ES ACCESIBLE PARA TODOS LOS EMPLEADOS CON MÁS DE 1.000 CONTENIDOS EN DISTINTOS IDIOMAS.

Este año, con el programa formativo diseñado por MAPFRE para mentores y mentees, ya se han certificado en España los primeros 25 mentores por parte de la universidad Alfonso X el Sabio.

#### **Itinerarios formativos**

Son rutas formativas diseñadas para determinados puestos de Negocio que establecen una formación técnica común para todos los empleados que ocupan dichos puestos en cada país. En 2018, se desplegaron los itinerarios formativos para tramitadores, emisores y gestores telefónicos dirigidos a más de 4.150 empleados del mundo.

Se trata de una formación anual y continua, para favorecer el desarrollo y crecimiento en la carrera profesional de esos puestos. La ejecución de los itinerarios formativos se realiza por parte de cada área de RRHH en coordinación con los expertos locales de cada país o región, en las distintas materias o áreas de negocio implicadas.

MAPFRE invirtió 15.462.601 euros en 2018 en formación, suponiendo 437 euros de inversión media por empleado.

## LA MOVILIDAD EN TU DESARROLLO PROFESIONAL

La movilidad sigue siendo clave en MAPFRE para tu desarrollo y para incrementar tu empleabilidad. Nuestra EN 2018, HEMOS SUPERADO EL OBJETIVO MARCADO DE TENER UN PORCENTAJE DE MOVILIDAD GLOBAL SUPERIOR AL

#### 10,5% DE LA PLANTILLA

Y HEMOS OBTENIDO UN PORCENTAJE DEL

# 12,11% EN MOVILIDAD INTERNA,

LO QUE SUPONE

# 4.318 EMPLEADOS

compañía apuesta por ella. En 2018, hemos superado el objetivo marcado de tener un porcentaje de movilidad global superior al 10,5% de la plantilla y hemos obtenido un porcentaje del 12,11% en movilidad interna, lo que supone 4.318 empleados

La movilidad te ofrece crecer profesionalmente porque enriqueces tu trayectoria laboral (al involucrarte en otros negocios, proyectos, herramientas...) y vives otras realidades y dinámicas que hacen aumentar tu conocimiento, visión y capacidad de plantear soluciones; aprendes a generar una mayor tolerancia ante nuevas situaciones y personas y logras una visión más amplia de la empresa.

A través de Success Factors, puedes acceder a todas las ofertas y solicitar las vacantes de tu país (Local) y a ciertas vacantes de otros países (Global), además de conocer qué está demandando nuestra empresa. Ese acceso está a tu disposición en la intranet global, en el espacio Personas-Tus oportunidades.

Además de la movilidad general, en MAPFRE existen otras experiencias de movilidad internacional —carrera internacional y movilidad temporal— destinadas a cubrir posiciones estratégicas en cualquier parte del mundo. Si

estás interesado formar parte de alguna de ellas, tienes que indicarlo en tu perfil de Success Factors para que MAPFRE pueda contar contigo en cuanto surja la necesidad de negocio.

#### La carrera internacional

te permite desarrollarte en puestos de gestión o en aquellos que requieren un gran expertise, incrementando tu responsabilidad en otro país. Una gran mayoría de los miembros directivos han desarrollado parte de su carrera profesional fuera de su país de origen.

#### La movilidad temporal

es un traslado de duración determinada a otro país que permite a los empleados identificados para ello, ya sea por su alto dominio de una función o por su visión global, que puedan, gracias a su aportación de valor, compartir bidireccionalmente mejores prácticas en las principales funciones. Dentro de esta movilidad, se encuadran los proyectos task force. Un total de 22 empleados han participado en estos proyectos en 2018.

#### LOS PROGRAMAS **DE RECONOCIMIENTO EN TU DESARROLLO PROFESIONAL**

Están destinados a reconocer:

- Tu contribución a la implantación de la estrategia
- Tu trayectoria
- Tu participación para la resolución de eventos significativos



DENTRO DE LA MOVILIDAD TEMPORAL, SE ENCUADRAN LOS PROYECTOS TASK FORCE. UN TOTAL DE

#### 22 **EMPLEADOS**

HAN PARTICIPADO EN ESTOS PROYECTOS EN 2018.

- Tu participación en la consecución de resultados extraordinarios
- Tu compromiso con los comportamientos de MAPFRE y con la difusión de su cultura y valores
- · Tus iniciativas innovadoras. Aquí se integra Innova, el programa de intraemprendimiento que apuesta por la capacidad de innovación de los propios empleados, los programas de reconocimiento de Turquía, Estados Unidos, MAPFRE TECH y, más recientemente, el que han puesto en marcha las Áreas Corporativas, destinados a reconocer los nuevos comportamientos de MAPFRE, claves en nuestro día a día: Colabora, Innova y Agiliza, tanto de forma individual como en grupo.

Para MAPFRE, valorar y reconocer el esfuerzo individual de cada empleado es clave.



En este sentido, el modelo de evaluación es el principal proceso a través del cual se valora y reconoce objetivamente la contribución individual de cada empleado con la estrategia, se identifica el talento interno y se conocen las fortalezas y las áreas de desarrollo de los empleados.

## EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

Por tanto, **la evaluación del desempeño** es otra herramienta más que MAPFRE pone a tu disposición para tu desarrollo profesional, caminando hacia una cultura de alto rendimiento de la cual se beneficien la persona y la empresa.

En 2019 se ha implantado el **nuevo modelo de evaluación continua**, cuya base es poner









al empleado en el centro, y que tiene los siguientes objetivos:

- Generar más espacios de conversación enfocados a valorar esfuerzos, reconocer logros y orientar el trabajo que realizamos
- Impulsar la adopción de los nuevos comportamientos de MAPFRE mediante el feedback continuo y una evaluación 360, que permite reflexionar sobre los éxitos y fracasos para aprender de ellos
- Impactar en la productividad mediante la definición y seguimiento de actividades clave que contribuyan al logro de los objetivos
- Identificar alto y bajo potencial a través de una valoración global más objetiva

Este nuevo modelo se realiza a través de SuccessFactors.

Una pieza más para apoyarte en tu crecimiento, en el que tú eres el protagonista.

#### PLANES DE CARRERA Y DE DESARROLLO

MAPFRE te ofrece dos posibilidades compatibles como medio para tu progreso en la compañía: los planes de carrera y de desarrollo. En ambos casos, intervienen un conjunto de acciones en materia de formación, mentorización, retribución, movilidad y reconocimiento.

#### Los planes de desarrollo

se diseñan de manera individualizada para determinados empleados y los **planes de carrera** se diseñan para colectivos clave de la compañía. Ambos, además, son elementos de retención del talento interno y de atracción del talento externo.

En 2018 se han desplegado los Planes de desarrollo individual y se han definido 3.702 planes de desarrollo individual.

Los planes de carrera se van desarrollando localmente bajo el paraguas de la estrategia de país o en global según la estrategia corporativa. En 2018, se han lanzado los planes de carrera para los perfiles de Actuarios, Auditores y de Suscriptores e Ingenieros de Riesgos Globales, estos dos últimos en MAPFRE GLOBAL RISKS y de Suscriptores también en MAPFRE RE. En total, se han desarrollado planes de carrera profesional para 1.888 empleados. En MAPFRE España existen ya desde hace tiempo estos planes para las distintas figuras dentro del colectivo Comercial: asesores comerciales, directores de oficina, jefes de oficina, asesores comerciales red específica y ejecutivos de cuentas.

#### LA COMUNICACIÓN

Una **comunicación fluida** y la información constante de lo que ocurre en la empresa

#### PLANES DE DESARROLLO INDIVIDUAL (NÚMERO

Y % SOBRE TOTAL)

MAPFRE ESPAÑA 1.076 / 29,10%
NORTEAMERICA 396 / 10,70%
BRASIL 334 / 9,00%
LATAM NORTE 454 / 12,30%
LATAM SUR 559 / 15,10%
EURASIA 325 / 8,80%
Áreas Corporativas 273 / 7,40%
Ud. de Reaseguro 68 / 1,80%
Ud. de Riesgos Globales 71 / 1,90%
Ud. de Asistencia 146 / 3,90%

TOTAL 3.702 / 100%

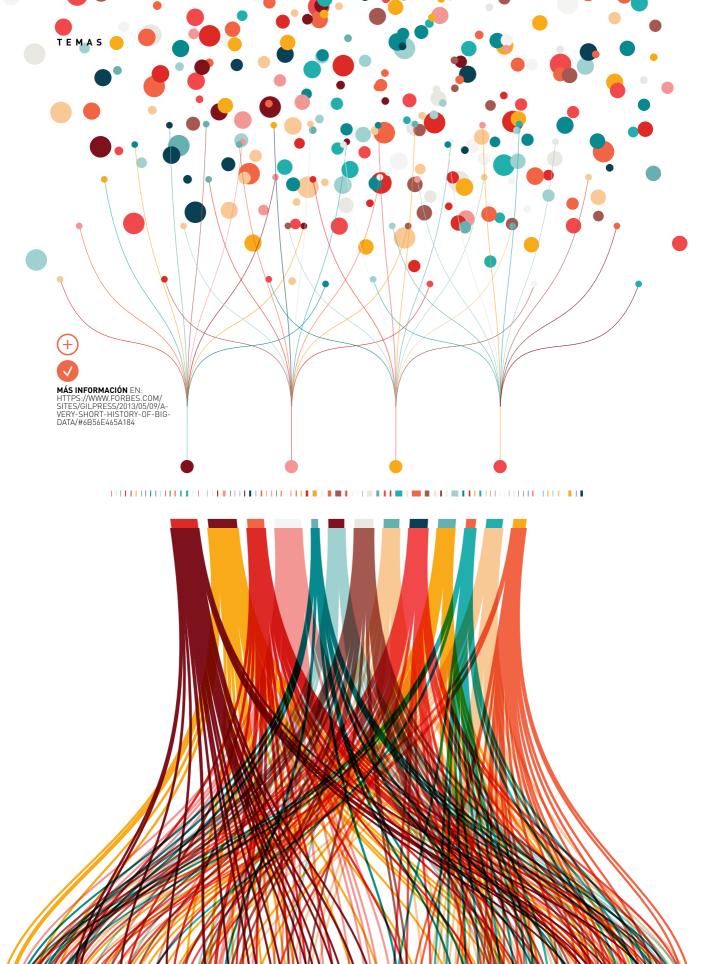
son importantes también en este proceso de crecimiento de las personas que formamos MAPFRE. Por ello, Recursos Humanos cuenta con **distintos** canales, entre otros el espacio Personas de la intranet, a través de los cuales se comunica con los empleados y desde los que pone a tu disposición la información y las herramientas que te estamos contando.

A todo ello se une que el desarrollo profesional efectivo mejora la satisfacción de la persona y su autoestima, minimiza el estrés y fortalece la salud física y psicológica del trabajador.

Como ves, son muchas las herramientas que MAPFRE pone a tu disposición para gestionar y desarrollar tu carrera, pero, en ella, tú eres el GRAN PROTAGONISTA. Así que, te invitamos a que aproveches al máximo todas las opciones que tienes disponible para desarrollar tu talento.

En todo este camino, el papel de los Recursos Humanos puede marcar la diferencia entre la satisfacción y el descontento del empleado. Por ello, recuerda que tu equipo de RRHH siempre está a tu disposición y es tu mejor partner para colaborar en tu desarrollo profesional.





# Eduardo Sánchez Delgado

SUBDIRECTOR GENERAL DEL ÁREA ACTUARIAL DE MAPERE

# "TODO LO QUE NECESITAS SABER DEL FENÓMFNO DEL

ENTREVISTA ISABEL GARBISU | FOTOGRAFÍA MAPFRE | II USTRACIÓN ISTOCK

Eduardo Sánchez Delgado, subdirector general del Área Actuarial de MAPFRE, es doctor en ciencias del seguro, actuario, estadístico y economista, y en esta entrevista comparte sus conocimientos sobre big data, su empleo en modelos predictivos y su aplicación al mundo del seguro. Y nos tranquiliza sobre cómo se están usando nuestros datos.

> Y NO TE ATREVIAS A PREGUNTAR"

## ¿Qué entendemos por big data?

El concepto *big data* está de moda. Raro es el día que no escuchamos en las noticias o leemos en prensa alguna noticia relacionada con este término. No obstante, no hay una única definición de lo que es y significa.

De modo literal hablamos de grandes volúmenes de datos que fue el término que en 1997 unos investigadores de la NASA utilizaron en un artículo en relación a las dificultades que suponía el tratamiento de grandes volúmenes de información.

En el año 2001 se utilizaron para la caracterización del *big data* las "3 uves" que se refieren a:

- Volumen. La cantidad masiva de datos generados y almacenados por parte de las organizaciones.
- Velocidad. Los datos se transmiten y se procesan a una gran velocidad.
- Variedad. Los datos disponibles vienen de fuentes muy diferentes y con formatos distintos.

Después de esta caracterización del *big data* han surgido otras definiciones que incorporan nuevas uves a la definición y que completan el término original. Me atrevería a definir el *big data* como el análisis de datos masivos proveniente de distintos orígenes, que se incorporan y se tratan a gran



ME ATREVERÍA A DEFINIR EL
BIG DATA COMO EL ANÁLISIS DE
DATOS MASIVOS PROVENIENTE
DE DISTINTOS ORÍGENES, QUE
SE INCORPORAN Y SE TRATAN
A GRAN VELOCIDAD PARA
OBTENER UN VALOR AÑADIDO
EN LA TOMA DE DECISIONES DE
LAS EMPRESAS

LA INFORMACIÓN INTERNA ES
NORMALMENTE MÁS FÁCIL
DE OBTENER Y PROCESAR Y, A
MENUDO, MÁS PREDICTIVA QUE
LA EXTERNA Y MÁS VALIOSA
PARA LA TOMA DE DECISIONES
INFORMADAS



velocidad para obtener un valor añadido en la toma de decisiones de las empresas.

#### ¿Cuáles son las fuentes de las que se alimenta el *Big data*?

La digitalización del mundo en que vivimos es la que ha permitido la creación de nuevos grandes volúmenes de datos. Primero con el internet de las cosas, que consiste en la incorporación de sensores métricos en dispositivos como los smartphones, las pulseras de actividad o el GPS, para su conexión a internet y el almacenamiento de información sin que exista intervención humana. Segundo con el auge de las redes sociales que generan constantemente información sobre nuestros usos y gustos. Adicionalmente otra información que alimenta el *Big data* es la referida a transacciones, como los pagos con tarjeta, la información biométrica, como el reconocimiento facial o el ADN, y la generada por personas, como los emails o las grabaciones con operadores telefónicos.

#### ¿Para qué sirve?

Para que el *big data* sea útil es necesario incorporar inteligencia a esos datos a partir de la aplicación de modelos estadísticos predictivos. Así se pueden hacer predicciones sobre eventos futuros desconocidos.

Lo relevante no es por tanto el volumen de información de la que se dispone sino que esta explique lo que se quiere analizar. En ese sentido me gusta hablar no solo de biq data, o por contraposición de *small data*, sino de *smart* data, los datos inteligentes. El smart data se centra más en la calidad que en la cantidad de información necesaria para poder predecir adecuadamente lo que se quiera analizar.

#### Entonces ¿tenemos también que hablar de small data o smart data a la hora de realizar un modelo predictivo?

Los modelos predictivos ayudan a dar respuesta a una necesidad empresarial. Por tanto el primer paso consiste en analizar qué métrica se necesita para la toma de decisiones. En segundo lugar deben buscarse las distintas fuentes de datos. Muchos de estos datos serán probablemente internos y small data. Adicionalmente habrá que considerar si las fuentes de big data proporcionan información adicional que ayude a mejorar las predicciones. Toda la información

# ANÁLISIS

En MAPFRE tenemos una visión integral del análisis predictivo dentro de las entidades. Así, se involucran distintas áreas en una estructura de gobierno específica para este tema:

#### **AREAS DE NEGOCIO**

Identifican y priorizan las necesidades.

#### LOS RESPONSABLES DE LA CREACIÓN DE MODELOS **PREDICTIVOS**

#### **ÁREA DE TECNOLOGÍA**

Proporciona el entorno de trabajo v garantiza la integridad tecnológica.

#### **ÁREA DE RECURSOS** HUMANOS

Identifica, selecciona v retiene los perfiles técnicos necesarios para realizar el trabajo.

#### **DIRECCIÓN CORPORATIVA DE SEGURIDAD Y MEDIO** AMBIENTE (DISMA).

Garantiza la viabilidad de las distintas iniciativas desde una perspectiva de seguridad y de privacidad.



relevante y su análisis conformarán el *smart data*.

Mi recomendación es tratar siempre de utilizar las bases de datos internas estructuradas de la entidad antes de acudir a fuentes externas. La información interna es normalmente más fácil de obtener y procesar y, a menudo, más predictiva que la externa y más valiosa para la toma de decisiones informadas.

#### ¿Qué tipos de análisis se hacen en la modelización predictiva de seguros?

Hay un gran número de modelos predictivos susceptibles de realizarse en los distintos ámbitos de la actividad aseguradora. El primero y más obvio es el del cálculo de las primas. Los actuarios calculan la prima a partir de una predicción del coste medio y de la frecuencia de los siniestros que previsiblemente van a tener los clientes. Pero además hay un importante número de aplicaciones adicionales: predicción de la probabilidad de fallecimiento, detección del fraude en la suscripción o en caso de siniestro, realización de modelos de siniestros de alta litigiosidad o de alto coste. de siniestros catastróficos, de captación y retención de clientes, de *up-selling* y *cross-selling* (venta adicional o cruzada), de valor de clientes, de impago, de capital para la medición de la solvencia y hasta de rotación de empleados.

# ¿Se utiliza el *big data* en esos modelos? ¿Los ha usado MAPFRE?

La información de big data susceptible de incluirse en seguros podría ser la de los dispositivos instalados en los vehículos (GPS), hogares (sensores instalados en la domotización de la vivienda). o personas (pulseras de actividad). Otra fuente puede ser la relacionada con la interacción con el cliente o los agentes, como los contactos por teléfono, email, agregadores o el rastreo de los clicks en la web. Por último la información de redes sociales también puede ser utilizada.

MAPFRE fue pionera en España en la utilización del big data en seguros de automóviles con el lanzamiento de su producto YCAR hace ya más de 10 años. Diseñado para conductores jóvenes, se instalaba un dispositivo GPS en el vehículo y la tarifa incorporaba variables utilizadas tradicionalmente pero también otras relacionadas con el tiempo y el modo de conducción. Esto permitía ajustar más el precio del seguro y la aplicación de descuentos a los buenos conductores. Adicionalmente se ofrecían servicios a los asegurados como la conexión directa a los servicios de urgencia en caso de accidente.

#### OTROS ÁMBITOS DEL USO DE BIG DATA

Entender mejor y segmentar a los clientes. Las plataformas de series y películas online utilizan el big data para recomendar nuevas películas y series en función de los gustos del cliente.

#### DIAGNOSTICAR

las enfermedades a través de la codificación del material genético.

#### **MEJORAR**

el rendimiento de máquinas y dispositivos (coches conectados u hogares domotizados).

#### **OPTIMIZACIÓN**

de la cadena de suministro de las empresas.



# ¿Ha supuesto el *big data* un gran cambio para el sector asegurador?

No sólo el *big data*, también la inteligencia artificial, el internet de las cosas, el *blockchain* o la realidad virtual son elementos que están transformando el mundo del seguro.

Adicionalmente se están creando plataformas de innovación donde las entidades aseguradoras colaboran con *start-ups* ligadas al negocio asegurador. Muchas de estas *insurtechs* proponen modelos predictivos que emplean *big data*.

#### ¿Qué proyectos tiene en marcha ahora mismo MAPFRE?

MAPFRE, dentro de su plan estratégico, contempla como una de sus iniciativas la analítica avanzada. Dentro de esta, los modelos predictivos se convierten en un elemento fundamental en la toma de decisiones basadas en la inteligencia que nos proporcionan los datos, incluido el big data. Adicionalmente la iniciativa estratégica de SAM 3.0 lleva a cabo proyectos relacionados con las nuevas tendencias del mundo del automóvil como el coche conectado, autónomo o el pago por uso en el seguro. En esta iniciativa se están analizando nuevas

posibilidades de incorporación del *big data* para personalizar la oferta aseguradora.

Desde el Área Actuarial Corporativa se está impulsando la utilización de nuevas técnicas predictivas, como el machine learning, que junto con las tradicionalmente utilizadas mejoran la capacidad predictiva de los modelos de cálculo de la tarifa y de las provisiones técnicas en las entidades de MAPFRE.

#### ¿Qué beneficios puede aportar el big data?

Puede ayudar en la mejora de la toma de decisiones de las entidades aseguradoras. Además, los beneficios también se trasladan a los clientes. Por un lado porque las entidades ofertarán productos más ajustados a las necesidades concretas de los clientes. Por otro porque la monitorización del comportamiento a través de dispositivos conectados como las pulseras de actividad, los smartphones o los instalados en los hogares, permitirán mejorar el conocimiento de los clientes y adoptar comportamientos preventivos para su salud o que les supongan un uso más eficiente de sus bienes.

#### MAPFRE FUE PIONERA EN ESPAÑA EN LA UTILIZACIÓN

**DEL BIG DATA** EN SEGUROS DE AUTOMÓVILES CON EL

LANZAMIENTO DE SU PRODUCTO

**HACE YA MÁS DE 10 AÑOS** 

MAPFRE CUENTA CON MECANISMOS QUE GARANTIZAN UN TRATAMIENTO ANONIMIZADO **DE LOS DATOS** DE LOS CLIENTES Y EL CUMPLIMIENTO DE LOS MÁXIMOS ESTÁNDARES EN LA PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

DEBE HABER UN EQUILIBRIO ENTRE LA PARTICULARIZACIÓN **DEL RIESGO Y EL PRINCIPIO DE** COMPENSACIÓN DE RIESGOS

CON EL QUE SOCIALMENTE ESTÁ COMPROMETIDO EL SEGURO



#### ¿Cuáles son los desafíos del big data?

Todo lo referido a la privacidad de la información y, en el ámbito asegurador, la posible pérdida del componente mutualizador del riesgo en el cálculo de la prima.

Con respecto a la privacidad de la información en MAPFRE se cuenta con mecanismos que garantizan un tratamiento anonimizado de los datos de los clientes y el cumplimiento de los máximos estándares en la protección de la información.

En relación a la pérdida del componente mutualizador y compensador de riesgos en el cálculo de la prima creo que debe haber un equilibrio entre la particularización del riesgo y el principio de compensación de riesgos con el que socialmente está comprometido el seguro.



# CORREDORES Y "BROKERS"

TEXTO MARÍA JESÚS PÉREZ FUENTES | FOTOGRAFÍAS MAPFRE | ILUSTRACIÓN ISTOCK

La labor que Deniz, Sandra, Fernando, Mercedes y Ronald desarrollan en MAPFRE está intrínsecamente relacionada con nuestro pilar estratégico de Orientación al Cliente, pues se ocupan, entre otros aspectos, de cuidar la relación con los corredores y *brokers* que distribuyen los seguros de MAPFRE en todo el mundo.





#### FERNANDO LÓPEZ MORÓN, DIRECTOR DEL CANAL DE CORREDORES DE MAPFRE **FSPAÑA**

"En este trabajo es necesaria una generosa amplitud de miras y huir siempre del prejuicio y de las ideas preconcebidas".



**MERCEDES MARÍA PENAGOS GAVIRIA**, SUBDIRECTORA CANAL BROKER. MAPERE COLOMBIA

"En MAPFRE tenemos una gran ventaja competitiva, que es el portafolio de productos que ofrece al cliente y el conocimiento técnico y experiencia comercial de sus responsables comerciales"



#### **DENIZ OYGÜR.** SUPERVISORA DEL CANAL BROKER. MAPFRE SIGORTA

"En los próximos años será clave la evolución de los mercados emergentes, que ofrecen diferentes oportunidades para el sector asegurador, además de la necesidad de crear nuevos productos para consumidores potenciales".



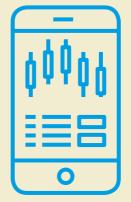
**RONALD ALLAN ARCE,** MANAGER, MAPERE INSULAR

"La capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos desempeña un papel esencial para que los *brokers* puedan acomodarse a los cambios del mercado, de lo contrario, sería una amenaza a su profesión".



SANDRA PATRICIA PIÑA **DE SHAW.** JEFA DEPARTAMENTO DE SALUD COMERCIAL. CANAL EMPRESAS Y BROKERS. MAPERE PANAMÁ

"La digitalización se está convirtiendo en una herramienta primordial en todos los ámbitos y ahí debemos evolucionar, pero sin perder el lado humano"



MAPFRE lleva años apostando por un modelo de distribución omnicanal y por una atención al cliente de calidad, dos aspectos que definen nuestra actividad. En el año 2017, se diseñó el Modelo Global MAPFRE de Desarrollo de Redes Agenciales, que sirvió para dar un fuerte impulso a la creación de la

red propia. En 2018, se complementó con el Modelo de Oficina Directa y el Modelo de Oficina Delegada. Además, el Grupo mantiene varios acuerdos con bancos e instituciones financieras de varios países y también con empresas de servicios y asociaciones que distribuyen productos de MAPFRE a sus clientes y a sus socios (empresas o particulares).

Asimismo, adicionalmente a la red propia, MAPFRE mantiene una estrecha relación con los corredores y *brokers*, que suponen una parte muy relevante de la distribución de nuestros seguros a nivel mundial. Y es aquí donde entran en juego nuestros Protagonistas.

Deniz llegó a MAPFRE SIGORTA en 2013. Al igual que el de sus compañeros, la mayor parte de su día a día transcurre entre reuniones o visitas a brokers. En un trabajo como el de nuestros Protagonistas, es igualmente importante contar con los correspondientes conocimientos técnicos, como con unas habilidades interpersonales que faciliten empatizar con los clientes y compañeros. "Hay que tener buenas dotes de comunicador, entendimiento de las demandas del consumidor, accesibilidad, persuasión y amplio conocimiento de técnicas de venta", especifica. Junto a sus compañeros, ha logrado que los brokers que trabajan con MAPFRE en Turquía tengan una visión inmejorable de la compañía, a la que consideran "fácilmente accesible".

Mercedes, desde MAPFRE COLOMBIA, insiste en la importancia de que el bróker posea un

#### **MAPFRE CUENTA CON**

CORREDORES (IBERIA)

34.624

(INTERNACIONAL)

\*Informe anual integrado 2018

vasto conocimiento técnico del ramo que está comercializando, "pero también del buen relacionamiento comercial y contar con herramientas de negociación para el cierre del negocio".

Fernando ha llegado recientemente a la Dirección del Canal de Corredores de

MAPFRE España y coincide en que en este trabajo no hay un día igual que otro, porque, como él mismo lo define, "es una aventura diaria". "Tengo que ponerme a disposición de quien me requiera: brokers, oficinas de atención de corredores, equipo de Servicios Centrales, coordinación con el resto de canales, áreas comerciales, técnicas, proveedores...".

"Yo realizo cotización de cuentas colectivas y mantengo reuniones con brokers para estrategias de ventas o cierres de cuentas corporativas", dice Sandra, de MAPFRE COLOMBIA. "Doy seguimiento a que el ciclo completo de cierre se cumpla con el resto de departamentos involucrados de servicio y postventa. Además, brindo charlas de beneficios a las empresas corporativas de salud".

Como en cualquier otro ámbito de la sociedad, en el sector Seguros, la tecnología es también una pieza clave para la evolución. En el caso de Turquía, **Deniz** explica la gran diferencia que ha supuesto contar con una plataforma digital en la que los brokers puedan acceder fácilmente a la gama de productos e información detallada de cada uno. "Ahora es más sencillo asegurarse. Hoy en día, con el efecto de la digitalización, las ventas online se han incrementado significativamente en pólizas individuales", cuenta. "La principal ventaja competitiva de MAPFRE es el rango de productos, la comunicación directa con los corredores, la accesibilidad y las aplicaciones para obtener propuestas rápidas a través de

nuestras webs, desde las que los asegurados pueden acceder fácilmente a las políticas de reclamación o cualquier otro tipo de información que requieran".

"MAPFRE está haciendo un esfuerzo en desarrollo tecnológico para el mundo del corredor sin precedentes", apunta Fernando. "Y, sin duda, la tecnología ayuda a que el corredor genere valores añadidos de asesoría en el producto y la indemnización en el momento de un siniestro", añade Mercedes.

Actualmente, MAPFRE ESPAÑA está desplegando el Portal Digital de Corredores, llamado a ser una solución fundamental en la gestión de todo el negocio de MAPFRE. La plataforma permitirá interconectar a todos los corredores, lo que resultará de gran ayuda en el desarrollo del negocio de MAPFRE en España.

La transformación en la que MAPFRE está totalmente inmersa, como pilar fundamental y transversal del Plan Estratégico 2019-2021, exige contar con estructuras ágiles y flexibles, que nos permitan, entre otros aspectos, anticiparnos a la competencia, para lo que también resulta útil el contacto y el apoyo en los corredores, "un micromercado de seguros en sí mismos", como dice Fernando, "y que tienen acceso a las soluciones que aporta nuestra competencia". "Desde la posición privilegiada de mercado que ocupamos, debemos dejarnos enseñar en aquello en que hemos empezado más tarde que muchos competidores".

Ronald, de MAPFRE INSULAR (Filipinas), es responsable de supervisar y coordinar el rendimiento de su unidad y los *brokers* asociados

# "HACER DE LOS CORREDORES UNA PUNTA DE LANZA CON LAS SOLUCIONES TECNOLÓGICAS

NOS APORTA UNA INDUDABLE VISIÓN RESPECTO AL MERCADO, QUE NOS GARANTIZA LA SEGURIDAD EN LOS PASOS QUE VAMOS DANDO"

Fernando

"EN ESTE TRABAJO ES
NECESARIO UN 100% DE
EMPATÍA, EMPODERAMIENTO,
DISCIPLINA Y SEGUIMIENTO"
Sandra

"LOS CORREDORES TIENEN UN
AMPLIO CONOCIMIENTO DIRECTO
DEL MERCADO, LO QUE NOS
PUEDE AYUDAR A ESTABLECER
NUEVAS ESTRATEGIAS,
UNA POTENCIALIDAD
QUE NO SIEMPRE HEMOS
APROVECHADO"

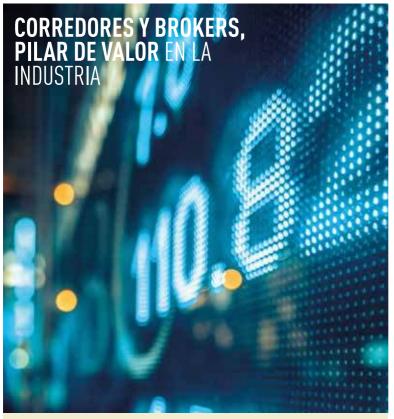
Fernando

a ella. "Estoy en contacto con nuestro Branch Head y les mantengo informados de nuestra producción". En el mercado filipino, aquellas empresas que han abrazado la transformación digital están abordando sus operaciones desde la eficiencia de gestión de riesgos, "lo que las permite manejar los riesgos y predecir las necesidades de los clientes más eficientemente". "El cambio ha llegado y las nuevas tecnologías afectan a la manera en que se interactúa en el mercado v cómo los aseguradoras se comunican con sus clientes, lo que ha llevado a un proceso de desintermediación", subraya.

Como reto de futuro, **Mercedes** apunta a la evolución de la profesión de bróker hacia una una labor de asesoría integral y profesional, "porque es lo que el cliente requiere en todo

el contexto de necesidades, tanto en beneficios hacia sus empleados, como aquellas coberturas que requiera la empresa en cuanto a adquisición de seguros para estar cubierta de acuerdo a sus requerimientos". Por su parte, Sandra expresa un deseo más concreto: "ser la primera aseguradora en la Región".

"Tenemos que dar con una nueva propuesta de valor para los corredores que nos acerque más a ellos, que les haga más fácil trabajar con nosotros", concluye Fernando, "(...) porque al final, lo que debemos conseguir es que, a través de herramientas que faciliten la gestión, el corredor desee ofrecer los productos de MAPFRE, porque esté seguro de que le vamos a facilitar todos los aspectos de la vida de la póliza, a la vez que respetamos su posición mediadora".



#### **DANIEL MEILÁN** SUBDIRECTOR GENERAL AREA CORPORATIVA DE NEGOCIOS Y CLIENTES/NEGOCIO NO VIDA Y **CANALES**

El Canal Corredores es fundamental en el desarrollo de negocio de la industria aseguradora. Cuando hablamos de corredores estamos refiriéndonos a una mediación que en muchos casos está enfocada a un segmento de cliente que requiere de un alto nivel de asesoramiento en sus planes de seguros, como por ejemplo, el Cliente Empresa. En este sentido, los corredores disponen de equipos especializados en las distintas necesidades de los clientes. como seguro de propiedades, responsabilidades, beneficios de empleados, gestión de flotas de automóviles, caución, transporte. aviación, marítimo, etc. Inclusive pueden llegar a un nivel de especialización tal, que solo trabajan

unas determinadas líneas de negocio y se vinculan altamente con los principales mercados de seguros y reaseguros.

Los corredores han hecho frente a la expansión internacional de su negocio, y nos encontramos que algunos de ellos tienen oficinas fuera de sus mercados de origen, a través de sucursales o inclusive forman parte de networks junto con otros corredores, lo que les permite acompañar a sus clientes allí donde estén y ofrecer servicios más globales.

Como todos los que formamos parte de esta industria, los corredores también tienen el reto de adaptarse a los nuevos tiempos, a la era de la digitalización de las operaciones, la distribución y la atención al cliente, un cliente que demanda una atención prioritaria, de calidad v a través de los medios que él decida.

# CANALES DE **RELACIÓN CON** DISTRIBUIDORES

Con el objetivo de desarrollar la meior relación con los distribuidores, MAPFRE tiene disponibles distintos canales específicos, entre los que destacan:



Herramientas online que facilitan y agilizan los procesos y gestiones comerciales



Portales de corredores con recursos y operativas que favorecen la actividad comercial



Encuentros y videoconferencias



Muchos de estos valores le han sido transmitidos por su familia, con quien mantuvo una vida de nómada. "Hasta los 14 años mis hermanas, mis padres y yo vivimos allí donde mi padre tenía trabajo. Y allí íbamos con los baúles a cuestas." Desde su Cuba natal hasta Estados Unidos, Colombia, Argentina o Puerto Rico. Precisamente a dos de estos países le ha dedicado su último disco, *La vuelta al* mundo, que firma como Bebo San Juan. El nombre se lo han dado sus nietos que le llaman con ese diminutivo. El apellido, la capital de Puerto Rico.

#### ¿Es también un homenaje a su madre, no es así?

En realidad era un regalo que le debía a mi madre y a mi mujer. Este disco no iba a editarse. Por eso hay bastantes guiños familiares. Hablo de mi familia, de mi padre, de mi mujer, de la música. Aunque haga otras cosas en mi vida, la música siempre está ahí esperándome. Lo que pasa es que entre mis hijos, mis hermanas, mi mujer y los compañeros de la oficina me hicieron un ocho y acabé sacando el disco para el público.

#### Vamos que usted es músico antes que nada...

Es lo que estudié, es mi formación. Luego la vida me ha ido llevando por otros lugares, por otros sitios, he ido abriendo otras puertas. Aunque quiero pensar que soy un contador de

historias. Hay muchas maneras de hacerlo: con una canción, una serie de televisión, una película, un libro...

#### Sí, porque usted es guionista, director, cantante, director de orquesta, escritor, actor...

En realidad yo hago todo eso, pero lo hago mal. Aunque haya sido mal, he hecho algo de radio, de teatro, de comedia, musical, cine. Lo he hecho para poder experimentar cosas distintas. Ahora por ejemplo me encantaría poder dibujar y pintar. Dentro de unos años, si tengo la oportunidad y el tiempo me lo permite, me gustaría aprender. Todo se andará.

#### Desde luego, usted hubiera sido feliz en el Renacimiento...

En realidad, muchos de mis compañeros músicos o artistas también dominan otras disciplinas. En mi círculo hay mucha gente tan inquieta como yo, con ganas de hacer otras cosas. Lo que sí es cierto es que los artistas del Renacimiento disfrutarían muchísimo en estos

"Aunque haga otras cosas en mi vida, la música siempre está ahí esperándome."

tiempos con tanta tecnología, tantas posibilidades para plasmar una canción o una obra de arte. Además ahora vivimos tiempos muy interesantes con la tecnología: estov convencido de que el cine va a evolucionar hacia algo distinto a lo que conocemos. Incluso la manera de experimentar el teatro va a cambiar. Creo que vienen nuevos tiempos que espero que tengamos la fortuna de poder conocer y disfrutar.

#### A pesar de ser un hombre tan ocupado, lleva más de 20 años colaborando con Acción contra el hambre. ¿Por qué la lucha contra el hambre?

La nutrición es la base para poder cumplir con cualquier otro derecho humano como la educación, la equidad de género, la salud... Un niño desnutrido nunca aprenderá en la escuela como uno saludable, y nunca producirá cuando sea adulto como una niña o niño saludables, perpetuando así el ciclo entre la pobreza y el hambre.

#### Además es vocal de Dales la palabra, centrada en niños con problemas de sordera...

Creo que en esta sociedad debemos trabajar todos a una. En estos tiempos que corren, con tantas causas pendientes, si yo puedo aportar mi granito de arena, solo mi granito de arena, si mi pequeña ayuda sirve de algo, bienvenido sea. No pretendo más que ser una pieza más en el puzle.

# TUS OBJETIVOS, MÁS CERCA CON LOS FONDOS DE INVERSIÓN



El envejecimiento poblacional es una realidad y cada vez hay más conciencia sobre ello. De hecho, este año, por primera vez en la historia, hay más personas en el mundo mayores de 65 años que menores de cinco años según un análisis de Deutsche Bank elaborado con datos de Naciones Unidas y de Haver Analytics. Aunque la noticia tiene implicaciones positivas -mejora de la calidad de vida gracias a los avances médicos, aumento de la renta per cápita, aumento de la productividad-, también plantea grandes retos desde el punto de vista socioeconómico. Sobre ello reflexionan en profundidad Antonio Huertas, presidente de MAPFRE, e Iñaki Ortega, director de la Deusto Business School, en su reciente libro La revolución de las canas.

Obviamente vivir más y "mejor" nos plantea un gran desafío, el de mantener nuestro poder adquisitivo. La difícil situación a la que se enfrentan algunos sistemas públicos de pensiones, como el español, nos obliga a buscar alternativas de ahorro privado por medio de productos tales como planes de pensiones, PIAS (Planes Individuales de Ahorro Sistemático) o seguros de ahorro. Pero con anterioridad al momento de la jubilación, nuestro poder adquisitivo ya encara otros grandes retos como la compra de una vivienda, de un automóvil para la familia, el primer viaje en pareja o con amigos, los estudios de los hijos... Y para apoyar estos gastos, ¿conocemos las bondades que los fondos de inversión nos ofrecen? La respuesta varía mucho en función del país donde nos encontremos. Por ejemplo, en Suecia el 80% de

la población cuenta con un fondo de inversión mientras que en Estados Unidos ese porcentaje

VIVIR MÁS Y "MEJOR" PLANTEA UN GRAN DESAFÍO: EL DE MANTENER EL PODER

**ADQUISITIVO** 

LA ESCASA CULTURA FINANCIERA CONDICIONA LA FORMA EN LA QUE INVERTIMOS

MAPFRE, CONSCIENTE DEL VALOR QUE APORTA UN ASESORAMIENTO PROFESIONAL, HA LANZADO EN ESPAÑA UN **SERVICIO DE ASESORAMIENTO EN MATERIA DE INVERSIONES** 

**INVERTIR DE FORMA** SISTEMÁTICA PARTE DE LOS AHORROS NOS GENERARÁ A LARGO PLAZO UNA **RENTABILIDAD SUPERIOR** Y NOS EVITARÁ EL ESTRÉS DE ESPERAR AL MEJOR MOMENTO se rebaja a casi el 50%. En España, contamos con más de 11 millones de partícipes, lo que supone un 25% de la población, un porcentaje muy inferior al de los países mencionados anteriormente y que la sitúa por debajo de la media europea.

Aunque las razones del bajo porcentaje de población con fondos de inversión en España son múltiples, llaman poderosamente la atención las falsas creencias que muchas personas tienen sobre ellos. Estos mitos se aglutinan principalmente en torno a aspectos relacionados con la rentabilidad, su supuesto riesgo e incluso los miedos que se generan a la hora de invertir. Y es que al hacerlo, por muy racional que podamos llegar a ser, entran en juego las emociones y se activa una estructura del cerebro llamada ínsula. La conexión entre Finanzas y Neurociencia ha

avanzado enormemente en los últimos años y nos ha permitido comprobar por qué esta parte de nuestro cerebro se activa de forma brusca cuando

percibimos que algo nos puede producir insatisfacción, como puede ser la pérdida de parte de nuestros ahorros.

Es curioso ver cómo esta aversión al riesgo inherente a todo ser humano nos lleva a obtener rentabilidades insignificantes y hasta negativas, incluso cuando nuestro fondo de inversión ha obtenido rentabilidades de dos dígitos. Esto ocurrió, por ejemplo, con algunos partícipes del fondo Fidelity Magellan, probablemente el mejor fondo de inversión conocido en términos de rentabilidad. Mientras que el gestor consiguió una rentabilidad anual media del 30% durante 20 años, la rentabilidad media del partícipe fue del 7% e incluso hubo inversores que obtuvieron una rentabilidad negativa, según un estudio de la propia gestora. A menudo, muchos inversores atraídos por la excelente

rentabilidad del fondo decidían suscribirlo, pero lo reembolsaban al poco tiempo, decepcionados por un mal comportamiento en un plazo de tiempo muy inferior (a veces, incluso semanas) al recomendado para un fondo de este tipo.

La tentación de buscar el mejor momento de compra nos depara grandes decepciones. En los 20 últimos años, haber mantenido una inversión constante en un fondo de renta variable estadounidense habría generado una rentabilidad media anual cercana al 6%. Sin embargo, si por esta búsqueda del momento óptimo de entrada se hubieran perdido los 20 días con mayores subidas de la bolsa, la rentabilidad media anual habría pasado a ser negativa. La mejor herramienta que

#### SERVICIO Y ATENCIÓN ESPECIALIZADA PARA EMPLEADOS DE ESPAÑA



MAPFRE pone a disposición de los empleados de España un nuevo servicio de consulta y atención especializada y confidencial para los productos de Ahorro e Inversión que comercializa la entidad. incluyendo la oferta disponible en la Plataforma MAPFRE GESTIÓN PATRIMONIAL. El objetivo es que los empleados puedan tener las inversiones y productos de ahorro adecuadamente gestionados en todo momento, por lo que al frente del servicio ha situado a un asesor financiero experto en los productos de inversión, jubilación y ahorro.

evita este tipo de situaciones son las suscripciones periódicas. Invertir de forma sistemática parte de los ahorros nos generará a largo plazo una rentabilidad en muchos casos superior y nos evitará sufrir el estrés de esperar al mejor momento.

Existe la creencia de que las acciones son más rentables que los fondos de inversión. Y es que la bolsa atrae a quienes se quieren beneficiar rápidamente, pero premia solamente a los que están dispuestos a lograrlo poco a poco. Y esto es justo lo que consigue un fondo de inversión. La gestión experta y la diversificación son las principales bazas con las que cuentan sus partícipes, mientras que el inversor en acciones se enfrenta a la difícil labor de seleccionar títulos. decidir cuándo comprarlos y/o venderlos con el agravante del coste económico (incluido

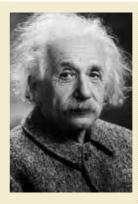
tiempo invertido) y emocional que ello conlleva.

Naturalmente el desconocimiento desempeña también un importante papel en el escaso protagonismo que representan los fondos de inversión en nuestros ahorros. La tendencia a creer que solamente están destinados a rentas altas, cuando en España la media de patrimonio en los fondos de inversión se sitúa por debajo de los 30.000 euros, y que no tienen ningún tipo de garantía, condiciona enormemente la forma en la que invertimos. Relacionado con esto último, pocos inversores conocen la figura del FOGAIN (Fondo de Garantía de Inversiones) en España, que ofrece una cobertura de hasta 100.000 euros ante la quiebra o insolvencia de la entidad gestora

del fondo, la estrecha vigilancia que la CNMV (Comisión Nacional del Mercado de Valores) aplica a todos los fondos comercializados a nivel nacional con el fin de asegurar los intereses de los partícipes, o la gran liquidez que ofrecen al poder disponer de nuestro dinero en menos de dos días.

Uno de los grandes retos a la hora de invertir en Fondos de Inversión es superar ciertos miedos. La escasa cultura financiera condiciona la forma en la que invertimos, delegando casi por completo nuestras decisiones de inversión al personal de las entidades financieras. Alcanzar cierta independencia financiera requiere como cualquier tarea en la vida una cierta dosis de esfuerzo. Existen numerosos libros, blogs, perfiles de Twitter, etcétera, que permiten mejorar el conocimiento y adquirir una mayor soltura a la hora de tomar decisiones de inversión.

Una figura clave y sin embargo poco presente en nuestras vidas es la del asesor financiero. A diferencia del asesor fiscal, no ha sido percibido como una presencia necesaria en España, contrastando con países como Estados Unidos o reino Unido, donde su labor es extensamente conocida y reconocida. MAPFRE, consciente del valor que aporta un asesoramiento profesional, ha lanzado un servicio de asesoramiento en materia de inversiones que permitirá, desde el conocimiento que ya tiene del cliente, acompañarle en su toma de decisiones para alcanzar sus objetivos financieros. Basado en un modelo de arquitectura abierta y una atención especializada, los interesados podrán elegir entre más de 16.000 fondos de inversión de las principales gestoras nacionales e internacionales disponibles para todos los patrimonios. MAPFRE apuesta por acercar estos servicios tradicionalmente ligados a altos patrimonios a todos sus clientes contribuyendo a lo que podemos denominar como la democratización de la banca privada.



### MARAVILLA **COMPUEST**

Se dice que es imposible doblar un papel por la mitad más de ocho veces, pero si fuera posible hacerlo 25. lo realmente llamativo sería que nuestro papel habría alcanzado una altura equiparable al Empire State y con 30 veces, crecería hasta los 100 kilómetros. ¿A qué se debe esta proeza? Al crecimiento exponencial. Doblar un papel por la mitad 8 veces supone multiplicar su grosor por 28, o lo que es lo mismo, 128 veces el grosor original.

En el mundo de la inversión, difícilmente consequiremos doblar nuestro patrimonio año tras año, pero cuando invertimos, obteniendo una rentabilidad más modesta, las

ganancias de cada año se acumulan y vuelven a reinvertirse, lo que hace aumentar nuestro patrimonio de forma exponencial con el paso del tiempo.

Así, una rentabilidad del 5% sobre 1.000 euros, nos generará 50 euros de beneficio el primer año (1000\* (1 + 0.05) y 52,50 euros al año siguiente ((1000 + 50)\*(1 + 0.05)). 55.125 ((1000 + 50 + 52.5)\*(1 + 0.05) en el tercer año y así sucesivamente. Como en el caso del papel, el crecimiento exponencial supondría que nuestros 1000 euros se convirtieran en más de 4.300 transcurridos 30 años (+332.19%). No es de extrañar que este efecto "multiplicador" fuera catalogado por Albert Einstein como la fuerza más poderosa del universo.

**EL INTERÉS COMPUESTO ES LA** OCTAVA MARAVILLA DEL MUNDO. **AQUEL QUE LO** COMPRENDE, LO **GANA... AQUEL QUE** NO. LO PAGA. Albert Einstein





#### TEXTO PABLO FUENTES | FOTOGRAFÍAS MAPFRE | ILUSTRACIÓN ISTOCK

En el marco de la campaña dedicada a Orientación al cliente, compañeros de todo el mundo nos han contado a través de breves vídeos cómo contribuyen a transformar MAPFRE en relación a este pilar estratégico. Y tú, ¿te sumas?

A comienzos de 2019 se lanzó el nuevo Plan Estratégico 2019-2021, «Transformándonos para crecer y mejorar la rentabilidad», para ser una compañía más ágil, eficiente, innovadora y rentable. Como dijo el presidente en su artículo en el anterior número de la revista, el éxito de nuestra Estrategia pasa por la participación y el compromiso de todos, por plantearnos cada día la siguiente pregunta al entrar a la oficina: «¿Qué puedo hacer hoy para transformar MAPFRE?».

Por eso, en el marco de las campañas dedicadas a cada uno de los tres pilares estratégicos, lanzamos

Voces del Plan Estratégico, a través de la cual te invitamos a que nos cuentes, en breves vídeos, cómo transformas MAPFRE en tu día a día en relación a Orientación al cliente, Eficiencia en la gestión técnica y operativa, y Cultura y talento humano.

Los vídeos se están publicando en una videoteca de la Intranet Global, donde puedes comentarlos y valorarlos. El vídeo que logre más visualizaciones es el ganador del pilar estratégico correspondiente, recibiendo como premio un kit de artículos de merchandising de MAPFRE en la Volvo Ocean Race. Además, en noviembre se entregará el premio global «Voces

EN ESTE REPORTAJE
HACEMOS BALANCE DE LAS
VOCES DEL PLAN ESTRATÉGICO
DE ORIENTACIÓN AL CLIENTE

Y TE ANIMAMOS A PARTICIPAR EN LA SIGUIENTE RONDA. CONTAMOS CONTIGO

GO! TÚ TRANSFORMAS MAPFRE del Plan Estratégico» al vídeo con más reproducciones entre los tres pilares, y al que se le hará entrega de una raqueta de tenis firmada por Rafa Nadal.

Voces del Plan Estratégico se lanzó en abril en el marco de la campaña de Orientación al cliente, en la que compañeros de distintos países, áreas y unidades de negocio nos han contado durante dos meses cómo contribuyen, desde su función, a transformar MAPFRE en relación a este pilar estratégico. El ganador de esta primera fase ha sido

Pascual Rubio, en cuyo vídeo, que superó las 5.000 reproducciones, nos ha contado cómo se orienta al cliente desde su puesto en TI Soporte VIP de MAPFRE España.

En junio ha comenzado la campaña del pilar estratégico Eficiencia en la gestión técnica y operativa, y en el marco de la misma te vamos a invitar de nuevo a que nos cuentes cómo desde tu función contribuyes a que MAPFRE sea una compañía más eficiente. Participar es muy sencillo: en la home de la Intranet Global verás un banner de Voces del Plan Estratégico, donde encontrarás las características que debe tener el vídeo y los pasos para hacérnoslo llegar de forma muy sencilla.



#### LAS CIFRAS DE VOCES DEL PLAN ESTRATÉGICO

28
videos publicados
20.868
reproducciones
1.069
likes
242
comentarios

#### **PAÍSES**

QUE HAN PARTICIPADO

- = ARGENTINA
- **ALEMANIA**
- BRASIL
- ESPAÑA
  URQUÍA
- PUERTO RICO
- EE.UU.



# NUESTRO COMPAÑERO **PASCUAL RUBIO**, PRIMER GANADOR DE VOCES DEL PLAN ESTRATÉGICO

Pascual, del área de TI de MAPFRE ESPAÑA, y que da soporte VIP al Comité de Dirección de MAPFRE IBERIA y distintas áreas de negocio, destaca en su vídeo que «nuestra orientación al cliente ha sido, es y será nuestro mayor objetivo en la compañía, y siempre estará en nuestro punto de mira». Recibió el premio de manos de José Manuel Corral, director general del Área Corporativa de Negocios y Clientes y sponsor de la iniciativa estratégica Foco en el Cliente.









MAPFRE ARGENTINA

João Felipe Mendes

MAPFRE BRAZIL

Natali Rivero/Cindy Cote

MAPFRE USA

MAPFRE BRAZIL

Tatiana y Miguel

MAPFRE S.A.

MAPFRE ARGENTINA

Laura González

MAPFRE GLOBAL RISK

**Nuray Yildirim** MAPFRE TURKEY

Serge Pokamme

y Zigor Diez Gamboa

MAPFRE ASISTENCIA

Telesales Team MAPFRE PUERTO RICO

Luciana Sperandio MAPFRE BRAZIL

Pascual Rubio

MAPFRE ESPAÑA

Serge Pokamme y Zigor Diez

Gamboa,

MAPFRE ASISTENCIA

**Uwe Hartmann** VERTY GERMANY MAPFRE S.A.

María José Rosales MAPFRE ASISTENCIA

Alejandro González y Pilar Abad MAPFRE ESPAÑA

**Tamire Taires** 

MAPFRE BRAZIL

Yolanda Martínez MAPFRE S.A.



# UNA DÉCADA CON RAFA

#### TEXTO ISABEL GARBISU | FOTOGRAFÍAS MAPFRE

"Personalmente, solo puedo dar las gracias", así comenzaba Rafa Nadal el mensaje que transmitió a los empleados de MAPFRE el pasado mayo en la celebración de su décimo aniversario de compromiso con nuestra compañía. El evento tuvo lugar en el laboratorio de innovación de la compañía, insur\_space de Madrid en forma de una entrevista abierta al mundo, con la que el tenista pudo acercarse a las personas que conforman nuestra compañía y a los miles de seguidores que no se perdieron la entrevista desde Twitter.

Nadal también dialogó con el presidente de MAPFRE a través de una conexión en directo.



#### **MENSAJE** DE RAFAEL **NADAL** PARA LOS **EMPLEADOS** DE **MAPFRE**

"Personalmente, solo puedo dar las gracias. Lo primero de todo, a todas las personas que forman esa gran compañía, todos esos 250.000 trabajadores [...] por el cariño, por

la confianza y por el apoyo que me han dado durante todos estos años. Al final creo que juntos estamos recorriendo un camino muy bonito y ojalá que sea por muchísimos años más. Solo guería recordaros que somos una compañía líder, y que para mí es una gran satisfacción ser parte de MAPFRE. Así que, muchísimas gracias y espero vernos pronto."

Diez años de retos. De transformación. De liderazgo. Rafa Nadal, el mejor tenista español de la historia, cumple una década con MAPFRE y lo hemos celebrado con una entrevista informal y cercana, entre empleados y seguidores de Twitter desde el insur\_space, el nuevo espacio de MAPFRE para la aceleración de startups en el entorno insurtech.

En estos diez años en los que MAPFRE lleva acompañando al tenista en su carrera profesional, Rafa ha demostrado su gran capacidad de superación e innovación con el alcance de, nada más y nada menos, que 18 torneos de Grand Slam, los títulos más importantes del tenis profesional.

Aunque si algo nos llegó al corazón, fue su última conquista. París, tierra batida y Rafa Nadal. Sin titubear, volvió a levantar por decimosegunda vez la copa del torneo Roland Garros. Doce veces campeón, doce veces "Rey de la arcilla", porque el tenista es así, nunca se rinde a la hora de alcanzar lo mejor de sí mismo, como nuestra compañía.

#### En directo con el presidente

El acto de celebración comenzó con la conexión en directo del presidente de MAPFRE, **Antonio** Huertas, quien al formular la pregunta «¿Cómo ha sido tu experiencia en estos 10 años juntos?» creó una conversación donde el intercambio de ideas sobre esta década de colaboración estuvo marcado por el espíritu de superación, la transformación y la capacidad de innovación. Todos ellos valores indispensables para competir por el liderazgo y evolucionar al mismo ritmo que el nuevo entorno digital.

#### Y respuestas para todos

El cálido encuentro con Nadal fue retransmitido vía streaming por Twitter, donde miles de seguidores de todo el mundo, además de los 70 empleados de MAPFRE que asistieron al evento, pudieron preguntar al tenista por multitud de aspectos de su vida profesional y personal.

José Antonio Arias, director global de Innovación de la compañía, explicó la apuesta

Ignacio Baeza entregó una tarta con motivos "tenísticos" para conmemorar estos 10 años con Rafa

de MAPFRE por la innovación para después comenzar una extensa entrevista pilotada por Ignacio Baeza, vicepresidente de MAPFRE, de la mano de **Manu Carreño**, el famoso periodista deportivo español narrador de eventos deportivos históricos como el Mundial de Fútbol de 2010.

Dentro de las preguntas que fueron surgiendo durante la jornada, los temas que más destacaron fueron preparación de nuevas generaciones de deportistas, potencia y velocidad, entrenamiento, sostenibilidad y actitud. Rafa Nadal representa los valores de la disciplina deportiva del tenis en su máximo esplendor, así como los valores propios de MAPFRE, como son la integridad, la solvencia, la vocación de servicio, la innovación para el liderazgo y el equipo comprometido. El tenista agradeció los años en los que la compañía lleva apoyando al tenis y valoró gratamente el cariño y respaldo que ha recibido durante estos años caminando juntos. Por su parte, el vicepresidente de MAPFRE destacó la lucha de Rafa en los momentos más difíciles de su carrera en esta sencilla, pero concisa frase: "Siempre supimos que ibas a volver". Y tanto que lo hizo.

Cuando le preguntaron si se había perdido algo en su juventud al haberse consagrado al tenis, respondió sin pestañear que "nada", algo que dice mucho del compromiso de Rafa con este deporte. También le pidieron que comentara qué victoria destacaría y respondió que la histórica final de Wimbledon en 2008 contra Roger Federer, considerada la final más larga jugada en este campeonato.

Como guiño final, Nadal destacó que "la base del deporte es intentar dar lo mejor de ti mismo con ilusión y pasión", ya que de otro modo, "no merece la pena". Todos los empleados que conformamos MAPFRE queremos dar las gracias a Rafa por estos años de confianza y demostración de los valores como persona para destacar en cualquier ámbito profesional. iVamos, Rafa! iTú transformas MAPFRE!



#### **#MAPFREPREGUNTARAFA**









#### IMPACTO EN REDES

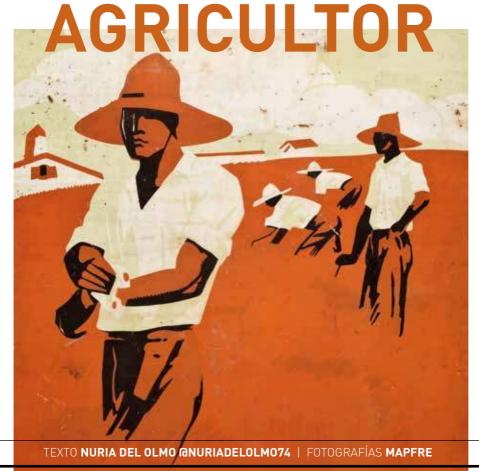
21 TUITS PUBLICADOS CON UN IMPACTO DE: 3.391.823 IMPRESIONES Y 54.800 INTERACCIONES + 600 PREGUNTAS RECIBIDAS, 70 ASISTENTES AL EVENTO + 610.000 REPRODUCCIONES

#### IMPACTO EN COMUNICACIÓN INTERNA

SE ALCANZARON 2.532 PÁGINAS VISTAS 359 LIKES Y 62 COMENTARIOS 1.315 REPRODUCCIONES DE VÍDEO EN UN DÍA, SE RECIBIERON 59 PREGUNTAS DE EMPLEADOS DE ARGENTINA, BRASIL, CHINA, COLOMBIA. ESPAÑA, PERÚ, PUERTO RICO, REINO UNIDO Y TURQUÍA



# 40 AÑOS DE PROTECCIÓN AL



La Ley de Seguros Agrarios Combinados de España está considerada mundialmente como una de las mejores y más eficientes. Fundación MAPFRE ha celebrado recientemente el 40 aniversario de esta norma, que por primera vez permitió proteger al agricultor de las consecuencias derivadas de los acontecimientos catastróficos, y ha publicado una guía para informar sobre los riesgos que pueden incidir en la explotación agropecuaria.





De izquierda a derecha: Jaime Lamo de Espinosa, exministro de Agricultura y Pesca e impulsor de la Ley de Seguros Agrarios Combinados en 1978; Luis Planas, ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación; Antonio Huertas, presidente de Fundación MAPFRE; e Ignacio Machetti, presidente de Agroseguro.

EL MODELO ESPAÑOL DE SEGUROS AGRARIOS HA SABIDO **EVOLUCIONAR DURANTE SUS** 40 AÑOS Y SE HA IDO ADAPTANDO A LAS **NECESIDADES DE LOS PRODUCTORES** 

GRACIAS AL **SEGURO AGRARIO** COMBINADO, LAS COSECHAS Y LOS ANIMALES ESTÁN ADECUADAMENTE PROTEGIDOS DE LAS INCLEMENCIAS CLIMATOLÓGICAS, LOS **ACCIDENTES Y LAS ENFERMEDADES** 

En España, la Ley de Seguros Agrarios Combinados cumplió 40 años el pasado 27 de diciembre. En 1978, cuando el pleno del Senado la aprobó, el entonces Ministro de Agricultura, Jaime Lamo de Espinosa, calificó el día como festivo. Por fin se aprobaba una Ley que "venía para proteger al agricultor de las consecuencias derivadas de los acontecimientos catastróficos".

La necesidad llevó hace más de cuarenta años a diseñar este sistema, que ha evolucionado desde aquellos inicios hasta dar cobertura a todos los cultivos y especies ganaderas y de acuicultura, ante toda clase de riesgos. Como destacó Antonio Huertas, presidente de MAPFRE, hoy la ley "sigue siendo un marco legal estable que permite el desarrollo de un sector, que continúa siendo de primer nivel en un país como el nuestro, con un clima privilegiado que hace que estas empresas agrícolas y ganaderas sean esenciales para la cadena alimentaria".

#### Garantizar la renta de los agricultores y ganaderos

Jaime Lamo de Espinosa, que fue una de las personas que

participó en la elaboración, debate, aprobación y puesta en marcha de esta importante norma para la agricultura, señaló recientemente que "no conoce un solo político o economista que, ocupándose de la agricultura, no sostenga que su problema crucial es la garantía de rentas, entendiendo por tal cualquier política que tienda a asegurar un mínimo a los agricultores". El exministro de Agricultura y Pesca no solo destacó que dicha norma está considerada como una de las mejores y más eficientes del mundo, sino que son múltiples las ventajas que aporta, como garantizar la seguridad de los ingresos agrícolas, amortiguar las consecuencias de una cosecha catastrófica y constituir un medio importante de ahorro por parte del mundo rural. También, proteger la inversión de los agricultores, mejorar su posición en relación con los créditos agrícolas y estimularles para que puedan adoptar actitudes favorables al cooperativismo en general. "El seguro es, pues, un elemento de estabilidad y el seguro agrario un elemento de estabilidad agraria".

Para el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación en

#### DECÁLOGO PARA LA **PROTECCIÓN DE LA EMPRESA AGROPECUARIA**

- 01—Analiza costes, mercados, mejoras productivas y, por supuesto, riesgos
- 02—Prevén (y reduce) los riesgos
- 03—Transfiere los riesgos a un tercero si ves que no puedes controlarlos o asumirlos todos
- **04**—Asesórate con un profesional
- 05—Valora las diferentes variables de este tipo de seguros
- 06—Anticipate a los riesgos y contrata desde el primer momento
- 07—Adáptate a la evolución de la explotación y a sus nuevos riesgos
- 08-Actúa en caso de siniestro para mitigar sus consecuencias
- 09—Confía en la protección que ofrece el seguro
- 10—Recuerda que el seguro agrario combinado es el principal vehículo con el que las administraciones públicas apovan al sector frente a daños catastróficos.

GUÍA PARA PROTEGER TU EMPRESA AGROPECUARIA FN FSPAÑA





#### **GUÍA** PARA **GESTIONAR Y** MINIMIZAR LOS RIFSGOS

Para proporcionar información sencilla y clara sobre los posibles riesgos que pueden incidir en la explotación agropecuaria, Fundación MAPFRE ha publicado la Guía para proteger la Empresa Agropecuaria en España. Esta también orienta a las empresas del sector agrícola y ganadero a realizar una adecuada gestión de los riesgos y plantear posibles alternativas y soluciones para minorarlos o transferirlos a un tercero. En este sentido, la publicación pone de manifiesto que gracias al seguro agrario combinado, las cosechas y los animales están adecuadamente protegidos de las inclemencias climatológicas, los accidentes y las enfermedades.

También informa acerca de los riesgos de las empresas del sector industrial agroalimentario —sector cuyas ventas representan el 20,5% del conjunto industrial—; qué aspectos deben considerarse en su contratación y gestión; y cómo debe actuarse cuando se produce una sequía o un granizo.

funciones de España, Luis Planas, el modelo español de seguros agrarios ha sabido evolucionar durante sus 40 años y se ha ido adaptando a las necesidades de los productores.

#### Digitalización del seguro agrario

Incrementar los actuales niveles de aseguramiento, adaptar los productos vigentes a los efectos del calentamiento global y del cambio climático, digitalizar todos los procesos. desde la contratación a la tasación de los daños, y mejorar la eficacia en la relación con los clientes asegurados son algunos de los retos a los que se enfrenta el sector. En su discurso, el presidente de MAPFRE, apoyó "no solo la preservación natural del entorno rural, sino la creación de valor de futuro, ayudando en su transformación y modernidad, acelerando desde todas las instituciones la digitalización que es imprescindible para fijar población y dar viabilidad a los proyectos. La innovación no puede estar solo en las grandes ciudades, nuestro reto es universalizarla y llevarla allí donde necesitamos que la vida continúe".

#### ¿SABÍAS QUE?

EL AGRARIO ES EL **SECTOR** DE ACTIVIDAD DE MAYOR **RIESGO Y DE RIESGOS MÁS IMPREDECIBLES** 

EN ESPAÑA SE ASEGURABA PRÁCTICAMENTE TODO MENOS LOS RIESGOS AGRARIOS. A PARTIR DE 1978. LA SITUACIÓN CAMBIÓ. CASI LA TOTALIDAD DE LA PRODUCCIÓN VEGETAL ES OBJETO DE SEGURO

LA LEY DE SEGUROS AGRARIOS **COMBINADOS FUE LA PRIMERA** LEY QUE SE APROBÓ TRAS LA **CONSTITUCIÓN DE 1978** 

EN LOS AÑOS QUE HA ESTADO VIGENTE NO HA SIDO PRECISO MODIFICARLA, NI SIQUIERA COMO CONSECUENCIA DEL INGRESO EN LA UNIÓN EUROPEA FN 1986

LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS. EL CONSORCIO DE COMPENSACIÓN DE SEGUROS, AGROSEGURO, LOS MEDIADORES Y LAS COMPAÑÍAS ASEGURADORAS HAN DESARROLLADO UNA ESTRUCTURA QUE HACE POSIBLE LA SUPERVIVENCIA DEL CAMPO **ESPAÑOL EN SITUACIONES DE** CATÁSTROFES CLIMATOLÓGICAS



#### INNOVACIÓN SOCIAL

MAPFRE es la primera aseguradora en el ámbito rural español con unos ingresos por primas superiores a los 1.500 millones de euros. No solo asegura cosechas y producciones a través de Agroseguro, sino también protege su capacidad instalada frente a todo tipo de riesgos. Su proximidad y sensibilidad para reivindicar el campo se concretó durante mucho tiempo en una empresa propia, MAPFRE AGROPECUARIA, hoy integrada en MAPFRE ESPAÑA, pero también en su actividad fundacional, donde impulsa, entre otras actividades, la innovación con apellido, la innovación social que contribuye al desarrollo inclusivo de las sociedades. Este es el origen del Premio a la Mejor Iniciativa en el sector Agropecuario que Fundación MAPFRE lanzó por primera vez en 2018 y que quiere reconocer



aquellas iniciativas que destaquen por su carácter innovador, por romper moldes e introducir nuevas formas de producir, de comercializar, de transformar, en un marco de preservación del medio ambiente, de sostenibilidad y de creación de empleo, y que finalmente cuenten con su propio plan o programa de gestión de riesgos.

En su primera edición, ha sido AGRINDUS, una de las mayores empresas productoras de leche de Brasil, la que ha recibido este premio por su sistema innovador de producción de leche de fácil

digestión para personas que tienen algún grado de intolerancia a la leche de vaca, por la garantía de que sus clientes consumen productos de calidad y origen natural, que sus vacas reciben el mejor cuidado posible, v que promueven la sostenibilidad del medio ambiente en todas las acciones del proyecto. En los últimos 50 años. AGRINDUS ha contribuido, además, a generar empleo, evitar el éxodo rural y mejorar la sociedad, con donaciones periódicas de sus productos a asilos y quarderías locales, así como al Banco de Alimentos de la ciudad de São Paulo.

### ¿Cuánto pierde nuestra sociedad por la brecha de género?

TEXTO JAIME SOLÍS | FOTOGRAFÍAS MAPFRE



# closingap

"Las empresas no solo debemos generar riqueza exclusivamente material, sino también riqueza ética y, sobre todo, humana. MAPFRE trabaja con este objetivo en cerca de 50 países, porque somos una compañía comprometida en generar también rentabilidad social". Así resumía su intervención el presidente de MAPFRE, Antonio Huertas, durante el Encuentro Empresarial Iberoamericano que tuvo lugar en Antigua, Guatemala, el pasado mes de noviembre.

Esa frase recogía también el compromiso de MAPFRE, como actor social corporativo, con los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) definidos por Naciones Unidas. Y explicaba la labor de la compañía especialmente en torno a nueve de ellos, en los que puede aportar mayor valor, objetivos como el fin de la pobreza, la salud, la educación de calidad, el trabajo decente, la acción por el clima o la igualdad de género, entre otros.

El compromiso de MAPFRE en relación con este último, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, como elemento que aporta valor a la empresa y enriquece de una forma notable el desempeño

de su plantilla, va más allá de las palabras. Se ha plasmado en hechos, como el cumplimiento del objetivo que la compañía se marcó hace tres

EL COMPROMISO DE MAPFRE EN RELACIÓN CON LA **IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ENTRE HOMBRES Y MUJERES, COMO ELEMENTO QUE APORTA VALOR A LA EMPRESA Y ENRIQUECE DE UNA FORMA NOTABLE EL DESEMPEÑO DE** SU PLANTILLA. VA MÁS ALLÁ DE LAS PALABRAS.

SE HA PLASMADO EN HECHOS. COMO EL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO QUE LA COMPAÑÍA SE MARCÓ HACE TRES AÑOS DE CONTAR, A NIVEL GLOBAL, CON UN 40%

**DE MUJERES EN PUESTOS DE RESPONSABILIDAD** 

años de contar, a nivel global, con un 40% de mujeres en puestos de responsabilidad. Y en nuevos compromisos, tal y como anunció públicamente Antonio Huertas durante la Junta General de Accionistas del pasado mes de marzo, en la que marcó como uno de los objetivos aspiracionales de la compañía que en el próximo trienio un 45% de las vacantes de puestos de responsabilidad sean ocupados por mujeres.

Esta apuesta por la diversidad y la igualdad de oportunidades no se ha circunscrito únicamente a la actividad de la compañía de puertas adentro. También se ha proyectado hacia afuera, con la incorporación, junto con una decena de grandes empresas,

a ClosinGap, una iniciativa cuyo objetivo principal es analizar el impacto que tiene para la economía y la sociedad el hecho de que las

mujeres no tengan las mismas oportunidades que los hombres en diferentes ámbitos de la vida personal y profesional.

Desde hace casi un año, once grandes empresas —Merck, MAPFRE, Mahou-San Miguel-Solán de Cabras, BMW Group, Repsol, Meliá Hotels, Vodafone, L'Oréal, Inditex, Bankia y PwC— trabajan de forma conjunta en la identificación de esta brecha y en la visibilización de la misma por parte de la sociedad, como paso previo imprescindible para la propuesta de medidas que permitan avanzar hacia una eliminación de la misma.

Este proyecto está gobernado al más alto nivel por los CEO de las empresas que integran ClosinGap, que se reúnen

periódicamente en el Board del que forma parte Antonio Huertas. Este órgano cuenta con el apoyo del Comité Ejecutivo, que se reúne con carácter mensual y en el que participan representantes de las áreas de Relaciones Externas y Recursos Humanos de las distintas empresas, fundamentalmente. Por último, en los últimos meses, se han formado sendos grupos de trabajo específicos en materia de RRHH y Comunicación, con el objetivo de compartir mejores prácticas y tratar de incrementar el conocimiento público de esta iniciativa.

En menos de doce meses, ClosinGap ha desarrollado una actividad frenética. De la mano de KREAB y Analistas Financieros Internacionales (Afi), cuatro de las empresas

CON ESTOS INFORMES COMPROBAMOS QUE

LAS BRECHAS SON
CONTRAPRODUCENTES
Y ANTIECONÓMICAS PARA
LA SOCIEDAD

CLOSINGAP PUBLICARÁ NUEVOS INFORMES SOBRE LA BRECHA DE GÉNERO EN ÁMBITOS COMO LA

MOVILIDAD, EL TURISMO, LA EDUCACIÓN, EL CONSUMO, EL ENTORNO DIGITAL, EL EMPLEO O EL MEDIO RURAL



que forman parte de este clúster — Merck, Repsol, MAPFRE y Mahou San Miguel-Solán de Cabras — han publicado ya informes de enorme interés, que han puesto de manifiesto lo mucho que nuestra sociedad pierde, en términos no solo sociales sino también económicos, por el desigual reparto de oportunidades entre hombres y mujeres en ámbitos como la salud, la conciliación, las pensiones o el ocio.

Cuando todavía no se ha cumplido un año de la presentación en sociedad de esta iniciativa, podemos decir que ClosinGap no ha hecho más que empezar. En los próximos meses, publicará nuevos informes sobre la brecha de género en ámbitos como la

movilidad (BMW Group), el turismo (Meliá) la educación (Inditex), el consumo (L'Oréal) el entorno digital (Vodafone) el empleo (PwC) o el medio rural (Bankia).

Asimismo, en su objetivo de influir en la sociedad, seguirá manteniendo reuniones con sus principales stakeholders (legisladores, gobiernos, líderes de opinión,...) y proponiendo medidas para reducir e, incluso, eliminar las brechas que se están identificando, en primer lugar porque la desigualdad entre hombres y mujeres es inaceptable en pleno siglo XXI; y, en segundo lugar, porque a través de estos informes, estamos comprobando que estas brechas son un elemento contraproducente y antieconómico para nuestra sociedad.

#### **INFORME** SOBRE LA BRECHA **DE GÉNERO EN PENSIONES**

En la presentación del informe sobre la brecha en las pensiones participaron Antonio Huertas, presidente de MAPFRE; Eva Piera, directora general de Relaciones Externas del Grupo MAPFRE; Juan Fernández Palacios, consejero delegado de MAPFRE VIDA; Marieta Jiménez, presidenta y directora general de Merck en España y presidenta de ClosinGap; y José Antonio Herce, director asociado de Afi.

El informe sobre la brecha de género en pensiones, presentado por MAPFRE en el mes de abril, pone negro sobre blanco no solo las causas de dicha brecha -muchas de ellas conocidas, como la desigualdad en el acceso al empleo o la discontinuidad de las carreras profesionales derivada de la maternidad— sino también, y ahí reside su carácter diferencial, el enorme coste de oportunidad que esa desigualdad genera.

Entre sus principales conclusiones, destaca que el impacto económico de la brecha de género en las pensiones en España superó los 26.000 millones de euros en 2018, lo que equivale a un 2,2% del Producto Interior Bruto, Esta cifra corresponde al Valor Añadido Bruto (VAB) derivado de una reducción de la capacidad de consumo de las mujeres pensionistas, que perciben menores pensiones que los hombres. Ello hecho implica una menor recaudación de impuestos -2.422 millones de euros menos en IRPF v una merma de otros 2.884 millones en la recaudación del IVA—, lo que, en términos de empleo supondría dejar de crear 414.600 puestos de trabajo.



Otro de los hallazgos del informe es el hecho de que el sistema público de pensiones gasta 24.500 millones menos en pensiones para las mujeres que para los hombres, a pesar de que las mujeres suponen el 48,4% del total de pensionistas (4,2 millones) y perciben el 51,6% de las pensiones. Una diferencia que se explica, entre otras razones por la cuantía de la pensión pública promedio de una mujer, que es 422 euros menor que la de los hombres, 450 euros menos en el caso de las pensiones por jubilación. Entre los determinantes para esta diferencia, el informe destaca la trayectoria laboral de las mujeres, que se ve recortada no solo por la maternidad y el cuidado de los hijos, que en gran medida sique recayendo en la mujer; sino, también, porque las mujeres sufren en mayor medida que los hombres



#### **EL IMPACTO ECONÓMICO DE LA BRECHA DE GÉNERO**

EN LAS PENSIONES EN ESPAÑA SUPERÓ LOS

MILLONES DE EUROS EN 2018. LO QUE EQUIVALE A UN

2,2% DEL PIB

el desempleo de larga duración. El informe estima que, debido a estos factores, la pensión de jubilación de las mujeres se ve reducida entre un 10% y el 18%, en función de la cualificación y del número de hijos.

Por último, el estudio de ClosinGap destaca que el impacto de esta brecha en las pensiones se ve agravado por la mayor longevidad media de las mujeres, que viven más años que los hombres, pero con peor salud, y deben afrontar los años en los que tienen una mayor dependencia con menores ingresos que los hombres. Un coste, el de la dependencia, que se incrementa progresivamente desde los 5.000 euros al año —cuando la persona tiene entre 65 y 69 años— hasta casi los 20.000 euros cuando supera los 80 años de edad y que para las mujeres de más de 85 años representa 2,4 veces el importe medio de su pensión pública por jubilación, mientras que en los hombres apenas excede en 1,4 veces. Estos datos llevaron a Antonio Huertas a afirmar durante su presentación del informe que "todas las brechas de género son inaceptables, pero la de las pensiones es especialmente lesiva para las mujeres, porque su longevidad y sus necesidades de atención a la salud son aún mayores", así como a instar a acelerar la reducción de esta desigualdad, "por justicia individual y por una necesidad colectiva derivada de su impacto en la economía".



WWW.WHO.INT/ES/ NEWS-ROOM/FACT-SHEETS/ DETAIL/GENDER



# LA SALUD TAMBIÉN ES UNA CUESTION DE GENERO

TEXTO ÁREA CORPORATIVA DE RECURSOS HUMANOS | FOTOGRAFÍA MAPFRE

¿Sabías por qué los hombres y las mujeres tienen características psicológicas diferentes?, ¿qué cambios físicos se producen en cada edad y sexo y cómo adaptarse a ellos? o ¿cuáles son las enfermedades específicas de cada género? El hombre y la mujer son diferentes desde el punto de vista biológico. Nuestra compañía no es ajena a esta realidad y, por ello, ha puesto en marcha la nueva campaña "Juntos, saludables", que tiene como objetivo informar y concienciar sobre el cuidado de la salud desde una perspectiva de género, considerando las diferencias biológicas que existen entre hombres y las mujeres.

La Organización Mundial de la salud (OMS) establece que es importante tener en cuenta la perspectiva de género a la hora de diseñar y poner en marcha medidas de salud, ya que el enfoque o tratamiento de algunos aspectos relacionados con la salud son diferentes en base al género.

En MAPFRE trabajamos más de 35.300 empleados, de los cuales más de 15.400 son hombres (45%) y más de 18.800 mujeres (55%). Dado que nuestra compañía atiende, promueve y cuida la salud de ambos sexos, ha puesto en marcha en el mes de abril la nueva campaña "Juntos, saludables" para:

- Reconocer que, debido a sus diferencias biológicas y a sus roles de género, hombres y mujeres tienen situaciones diferentes.
- Trasladar la importancia de tener en cuenta el sexo a la hora de abordar los consejos de salud.
- Informar y concienciar sobre el cuidado de la salud desde

#### HEMOS EMPEZADO LA CAMPAÑA DE SALUD DE GENERO

PUBLICANDO EN NUESTRA WEB ESTAS INFOGRAFÍAS SOBRE

ENFERMEDADES URINARIAS EN HOMBRES Y MUJERES E HIPERPLASIA BENIGNA DE PRÓSTATA





una perspectiva de género, considerando esas diferencias biológicas y las diferentes situaciones que implican.

"Juntos, saludables" aborda distintas temáticas de salud de interés desde la perspectiva de género.

Garantizar una vida saludable y promover el bienestar universal se recoge en el Objetivo de Desarrollo Sostenible 3; además, el ODS 5, que trata de igualdad de género, concede una gran importancia a la promoción de la salud de la mujer. Estos objetivos son prioritarios para MAPFRE.

#### Qué te ofrece la campaña de salud de género, "Juntos, saludables"

Una serie de noticias y contenidos adicionales que informan en detalle sobre distintas temáticas que son de especial interés para cada género. Se están publicando, periódicamente, en Personas, el espacio de Recursos Humanos de la intranet corporativa. Hasta la fecha, hemos informado sobre:

- Infecciones urinarias en hombres y mujeres.
- Hiperplasia de próstata.

¿Tienes toda la información acerca de los principales métodos anticonceptivos?, ¿sabes que la menopausia en las mujeres o la andropausia en los hombres son fases de la vida

que es preciso conocer para poder controlar o qué cambios pueden suceder?, ¿conoces de qué manera prevenir y/o detectar precozmente los principales cánceres asociados a nuestro sexo?, ¿por qué tu manera de pensar está influida en parte por factores asociados al sexo?...todas estas preguntas y algunas otras, tendrán respuesta en las siguientes entregas de esta campaña.

En cada una te explicamos sus causas, síntomas y diagnóstico y te ayudamos a prevenir y/o a detectar precozmente algunas enfermedades y complicaciones.

Para que puedas conocer y compartir esta información, estos contenidos van a quedar alojados en Personas, en el apartado Salud y Bienestar -Promoción de la Salud

Además, en los próximos meses continuaremos publicando en El Mundo de MAPFRE nuevos artículos sobre esta campaña.

#### ¿Qué beneficios te puede aportar la campaña "Juntos, saludables"?

- Disponer de información práctica supervisada por el equipo médico de MAPFRE
- Conocer con antelación información para ayudarte a conocer situaciones relacionadas con tu salud y enfermedades que son específicas de cada sexo
- Poder consultarla cuando

LOS FACTORES QUE DETERMINAN LA SALUD Y LA ENFERMEDAD EN **DETERMINADAS SITUACIONES Y** PATOLOGÍAS **NO SON LOS MISMOS PARA LAS MUJERES Y LOS HOMBRES** 

EL ROL DE GÉNERO NO ES AJENO A LA SALUD, HAY UNA INFLUENCIA CLARÍSIMA MARCADA POR FACTORES BIOLÓGICOS. PERO TAMBIÉN PSICOLÓGICOS. **SOCIALES Y CULTURALES** 





quieras, ya que como te comentábamos está a tu disposición en Personas.

#### Una imagen propia

"Juntos, saludables" cuenta con una imagen específica que identifica esta campaña y su objetivo. Esta imagen va a acompañar a todos los contenidos que sobre salud de género publiquemos en los distintos canales.

La campaña "Juntos, saludables" se enmarca en nuestro modelo de Empresa saludable, que identifica varias áreas para la acción y pone al individuo en el centro, con su realidad laboral y personal y su condición física y mental.

En el desarrollo de este modelo de empresa saludable, existe una estrategia diseñada para promover la salud entre los empleados, que hace que, sin perjuicio de las acciones locales que se diseñen, MAPFRE ponga en marcha acciones globales, teniendo en cuenta los datos estadísticos globales de salud mundial y las estrategias marcadas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y otros organismos internacionales.





# TU FUNDACIÓN TE PRESENTA SUPERHÉROES DE BARRIO

TEXTO VIOLETA MATEO ROMÁN | FOTOGRAFÍA LEAFHOPPER



#### SUPERHÉROES DE BARRIO

Fundación MAPFRE, dentro de su programa Sé Solidario, ha lanzado una iniciativa con la que pretende visibilizar a aquellos superhéroes anónimos, pequeños en tamaño pero grandes en corazón, que realizan tareas que mejoran la vida de los demás, sobre todo de los que más lo necesitan. A lo largo del último trimestre, Tu Fundación ha ido revelando sus nombres para que todos tuvieran su momento de protagonismo.

Son los superhéroes de barrio, que con sus poderes hacen volar las ilusiones de personas que sufren, con su voluntad logran superar obstáculos casi insalvables y con su entrega y generosidad afrontan diariamente grandes retos. Desde Sé Solidario se da apoyo a personas que lideran iniciativas para mejorar la vida de los demás, conocidos o desconocidos, vengan de donde vengan, sin esperar recibir nada a cambio. Nuestros superhéroes son felices con las risas de los niños con discapacidad, con la compañía de los mayores y con el afecto de los olvidados.

Dyango es de Mali. 45 años. Vive aquí desde hace dos. Cuida de parte de las plantas y flores que se ven por la casa. Sufrió un ictus que le dificulta los movimientos de medio cuerpo.



# FUNDACIÓN HORIZONTES ABIERTOS ACOMPAÑAR HASTA EL FINAL, CONSOLAR EN EL DUELO

La Fundación Horizontes abiertos ofrece un hogar a personas convalecientes, con enfermedades crónicas o en estado terminal, que después de salir de prisión o de hospitales necesitan cuidados continuados en un domicilio. Son personas que no pueden sobrevivir ya en la calle, que sufren exclusión social severa: niños menores de 3 años con madres que cumplen condena, toxicómanos, reclusos que quieren salir de la droga o reinsertarse laboralmente, mujeres y niños víctimas de maltrato y personas sin hogar, convalecientes o con enfermedades crónicas, o en estado terminal. "Un hogar y alguien que te quiera puede ser la diferencia entre estar y no estar en la cuneta de la sociedad". Estas palabras de María Matos, cofundadora de esta Fundación junto con el Padre Garralda, son la clave de la labor que realizan a diario los trabajadores y voluntarios de Horizontes Abiertos. Su aportación es estar, escuchar, acompañar en el silencio y mirar a los ojos de aquellos que creen haberlo perdido todo.

Irene pasea en una bici adaptada. Algunas las mantienen y arreglan las personas sin hogar del albergue Santa María de la Paz de la orden San Juan de Dios. Juntos harán con ellas El camino de Santiago.



#### **FUNDACIÓN LUKAS**

#### **MIRAR A LAS PERSONAS CON** DISCAPACIDAD DE OTRA MANERA

Anne Marie Otten es una persona concienciada y comprometida con los demás. Ese es su superpoder. Un día descubrió que tenía que hacer algo para ayudar a las personas con discapacidad múltiple severa. Y lo hizo. De ahí surgieron los Parques de Integración, espacios de ocio adaptados, de Madrid y Alicante y un centro de terapias de todo tipo (sensorial, hidroterapias, fisioterapias, terapias con perros, etc.). Más tarde, fijándose en algunos modelos de su Holanda natal, puso en marcha la vivienda tutelada asistida en la que hoy viven seis personas con discapacidad múltiple severa. Nueve personas trabajan para que todo funcione. Y todos lo hacen con una sonrisa. En la casa todo es amplio: habitaciones, pasillos, y los cuartos de baño que se comparten por cada dos habitaciones. Allí, con la ayuda de camillas adaptadas, y con arneses, los cuidadores dan apoyo a todos sus habitantes. "Los primeros colaboradores son los padres- dice Anne Marie -. Sin su ayuda, esto es imposible. Se implican en el cuidado y la adaptación de sus hijos. El personal es la otra pieza".

Promover el encuentro intergeneracional y recuperar las relaciones de barrio es parte del trabajo de Grandes Amigos, apoyado por Fundación MAPFRE.



#### FUNDACIÓN GRANDES AMIGOS **GANAR LA PARTIDA A LA SOLEDAD**

El objetivo de esta Fundación es ofrecer compañía y afecto a personas que están solas, sobre todo a los mayores, para las que es más importante recibir cariño que tener cubiertas las necesidades básicas. Hoy, 850 voluntarios de la Fundación acompañan a mayores que viven solos, estableciendo con ellos una relación de amistad y afecto.

La labor generosa de Mercedes Villegas, la superheroína de esta historia, empezó hace muchos años, en 1994, como voluntaria en Francia. En aquel momento, esta joven periodista quería aprender francés y hacer labor social, y así pasó un verano acompañando a personas mayores solas que compartían un hogar.

Hoy, su fundación atiende a más de 850 personas mayores en soledad no deseada, algo que no puede suplir la administración, pero que hacen muy bien los 875 voluntarios que colaboran con la fundación y que crean con los mayores una relación de amistad, de ayuda mutua.

Una musicoterapeuta, Mary, y una fisioterapeuta, Elena, colaboran en adaptar canciones y ejercicios a cada niño para lograr los avances.



#### FUNDACIÓN ANA CAROLINA DÍEZ MAHOU **APRENDER A VIVIR CON ENFERMEDADES NEUROMUSCULARES**

Javier Pérez-Mínguez v Fátima Escudero crearon esta fundación para atender a niños con enfermedades neuromusculares, y en particular a su hijo Javier, que sufría una enfermedad mitocondrial. Pocos años después, más de 200 niños son tratados en su sede, junto con sus familias, para mejorar su movilidad y conseguir integrarse e interactuar con su entorno. En resumen, para aprender a vivir. La Fundación se ha consolidado como un centro de terapias de referencia para niños con enfermedades neuromusculares, muchos de ellos, También se centran en potenciar la investigación para el tratamiento y cura de estas enfermedades.

Muchas terapias individualizadas con música, agua o animales dan resultados extraordinarios.

Altamar es una asociación que ofrece apoyo escolar individualizado a 44 niños en riesgo de exclusión social. Y además atiende las necesidades de unas 25 familias en el barrio de La Trinidad y El Perchel, de Málaga.



#### **FUNDACIÓN ALTAMAR** MUCHO MÁS QUE EDUCACIÓN INTEGRAL

Fundación Altamar es el alma del barrio de La Trinidad y El Perchel, en Málaga. Desde que en 2005 un grupo de mujeres puso en marcha el proyecto, han ofrecido apoyo y educación integral a casi 100 niños, además de asistir las necesidades de sus familias en riesgo de exclusión.

Victoria Marín es la directora de Altamar, más conocida en el barrio por su apodo de Peque. Es pedagoga y desde joven fue voluntaria en proyectos educativos. Con "el apoyo escolar personalizado el avance de los niños es mucho mayor, y en especial quienes no pueden permitirse clases particulares. Atendemos actualmente a un total de 44 niños entre 5 y 16 años, que pertenecen a unas 25 familias", dice Peque.

Pero lo primero es la merienda. "Para algunos de estos niños es de las pocas comidas que reciben al día". Alternan fruta, bocadillos y alguna bollería ocasionalmente. Y cada día la facilita alguna entidad como Fundación MAPFRE con sus propios voluntarios. Lo segundo, el apoyo escolar. "Que sea personalizado es la clave", recuerda Peque. Y lo tercero, los talleres, que empiezan a las 18:45. Se trata de orientar a las familias en aspectos básicos de salud, higiene, nutrición, educación, etc. y que puedan ejercer una labor familiar y educativa adecuada.

En el centro se trabaja la estimulación cognitiva y los ejercicios psicomotrices. Pero hoy es fiesta y hay un poco de descontrol. Sobre todo, cuando suena la música.



#### ASOCIACIÓN EL DESPERTAR **ESTABLECER UNA CONEXIÓN ESPECIAL**

Bienvenidos a esta casa de la luz. El Despertar, en Aluche, Madrid, centro de día y colegio, es además la única residencia permanente en Madrid para personas con parálisis cerebral profunda. 60 personas de entre 3 y 51 años asisten al centro de día; los menores de 18, al colegio; y otros 16, mayores de 18, conviven en la residencia.

El área escolar es específica para pluridiscapacidad y parálisis cerebral severa. Se trata de aportar aquello que no pueden los centros con educación: "Organizamos las actividades según las discapacidades de los alumnos. Tratamos de adaptarlas para proporcionar el mayor nivel de desarrollo motriz, cognitivo v afectivo-social posible", explica Paco Prieto, responsable de esta área. "Aquí te implicas". Más que en otros trabajos, explica Amaya, al frente

del departamento en el que seis fisioterapeutas atienden a diario a los chicos y chicas en el centro de día. "A diferencia de otros trabajos, aquí se establece una conexión especial."

Hay 16 residentes permanentes del Centro El Despertar. Es un ala del edificio habilitada para hogar con habitaciones compartidas. Cuentan con 6 auxiliares, 1 terapeuta ocupacional y 1 enfermero. La residencia está diseñada para reconocer cada espacio a través del tacto, la vista o las sensaciones. "Hemos querido darle al centro un carácter familiar. Es una familia. Los colores y la luz no son los de una residencia de un blanco frío y triste. El personal invierte mucho afecto y establece una relación personal". El cuidado de las personas con discapacidades múltiples severas hace que las que en otro tiempo morían prematuramente, vivan hoy más y mejores años.



#### **EL DOCUMENTAL** LOS NIÑOS DE MARÍA **SE ALZA CON DOS** PREMIOS EN EL RINCÓN INTERNATIONAL FILM **FESTIVAL**

La cinta producida por MAPFRE PUERTO RICO está narrada desde la perspectiva de los niños y describe fielmente cómo les afectó el huracán que arraso la isla en 2017 y cómo se reconstruye un país gracias al esfuerzo de sus habitantes y a la protección aseguradora.

#### LA FUNDACIÓN CRIS **CONTRA EL CÁNCER**

ha premiado el apoyo de los empleados de MAPFRE en España para combatir el cáncer infantil a través de su aportación en la campaña Euro Solidario. "Nunca un euro dio para tanto. Es el slogan de nuestra campaña y una gran verdad que seguimos defendiendo cada año". señaló Elena Sanz. directora general de Recursos Humanos de MAPFRE, al recoger el premio.

#### MAPFRE, PREMIO **EXCELENCIA DIGITAL 2019 DE CIONET**

El proyecto premiado es la plataforma de autoservicio en la que los clientes pueden realizar de forma totalmente digital más de 100 actividades para gestionar su relación con MAPFRE y la de los productos que tienen contratados.<

Mostramos en esta página una selección de los galardones recibidos a lo largo del segundo trimestre del año

#### MAPFRE EN TÜRQUÍA, EXCELENTE



MAPFRE SIGORTA ha sido por reconocida por Great Place To Work® como una de las mejores empresas para trabajar en Turquía en la categoría de empresas de 500 a 2.000 empleados. Además, recibió el premio Social Sharing Special Award por los proyectos de Responsabilidad Social Corporativa que MAPFRE lleva a cabo en el país, promovidos a través de Fundación MAPFRE.

ORIENTACIÓN AL CLIENTE. ADEMÁS, HAN SIDO PREMIADOS EN LOS A.C.E. AWARDS 2019

#### **ANTONIO HUERTAS**

#### MÁS ACTIVOS EN REDES SOCIALES

El 22,9% de los presidentes de las empresas del Ibex 35 y el 17,2% de los consejeros delegados tienen va cuenta en Twitter, según el estudio Presencia de las empresas del Ibex 35 en el entorno digital, elaborado por Estudio de Comunicación. En este entorno, el presidente de MAPFRE, Antonio Huertas, figura en la cuarta posición en cuanto a presidentes de empresas del Ibex 35 más activos en redes sociales. Antonio Huertas cuenta con 11.600 followers y es, según el estudio, uno de los directivos que más fomenta la conversación en torno a su compañía, citándola en varias ocasiones y generando contenido.

#### **OCTAVA EMPRESA CON MEJOR REPUTACIÓN EN ESPAÑA**

MAPFRE se ha situado en el puesto número ocho en la última edición del Informe Merco (Monitor Español de Reputación Corporativa), que elabora este ranking de las 100 empresas y líderes con mejor reputación en España. Sique encabezando también el ranking del sector asegurador

Antonio Huertas, presidente de MAPFRE, ha vuelto a mejorar su posición en el ranking de líderes españoles con mejor reputación. Así, asciende al puesto 15 en esta edición v es el único presidente de una aseguradora que figura entre los 20 líderes más reputados de España.

# RANDSTAD

**POR SÉPTIMO AÑO CONSECUTIVO SOMOS** LA ASEGURADORA MÁS ATRACTIVA PARA **TRABAJAR** 



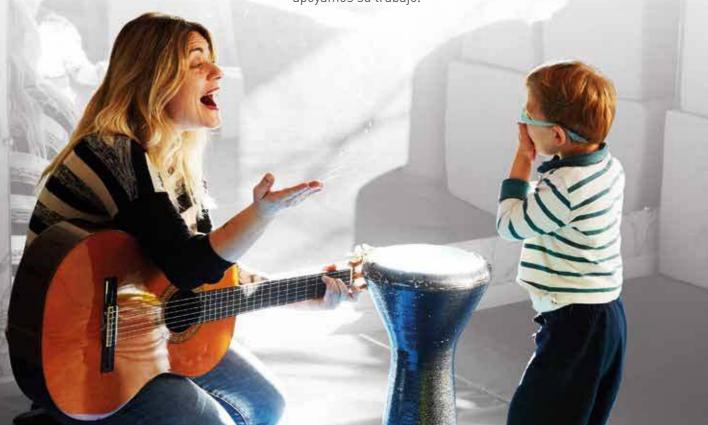


## Hoy he cantado con Jorge y nos ha

aplaudido todo el mundo.

MARY, SUPERHEROÍNA FUNDACIÓN ANA CAROLINA DÍEZ MAHOU

Como Mary, muchos superhéroes forman parte de pequeñas organizaciones que desarrollan una inmensa labor en sus barrios. Desde **Fundación MAPFRE** apoyamos su trabajo.



Jorge Ríos López es beneficiario de la **Fundación Ana Carolina Díez Mahou,** que en colaboración con Fundación MAPFRE, trabaja para mejorar la calidad de vida de los niños con Enfermedades Raras y en especial la Enfermedad Mitocondrial.

Si quieres conocer su historia consulta superheroesdebarrio.fundacionmapfre.org



# EL MUNDO DE MAPFRE #104

