

Cultura y talento,
la fuerza de nuestro negocio

EL MUNDO DE MAPFRE

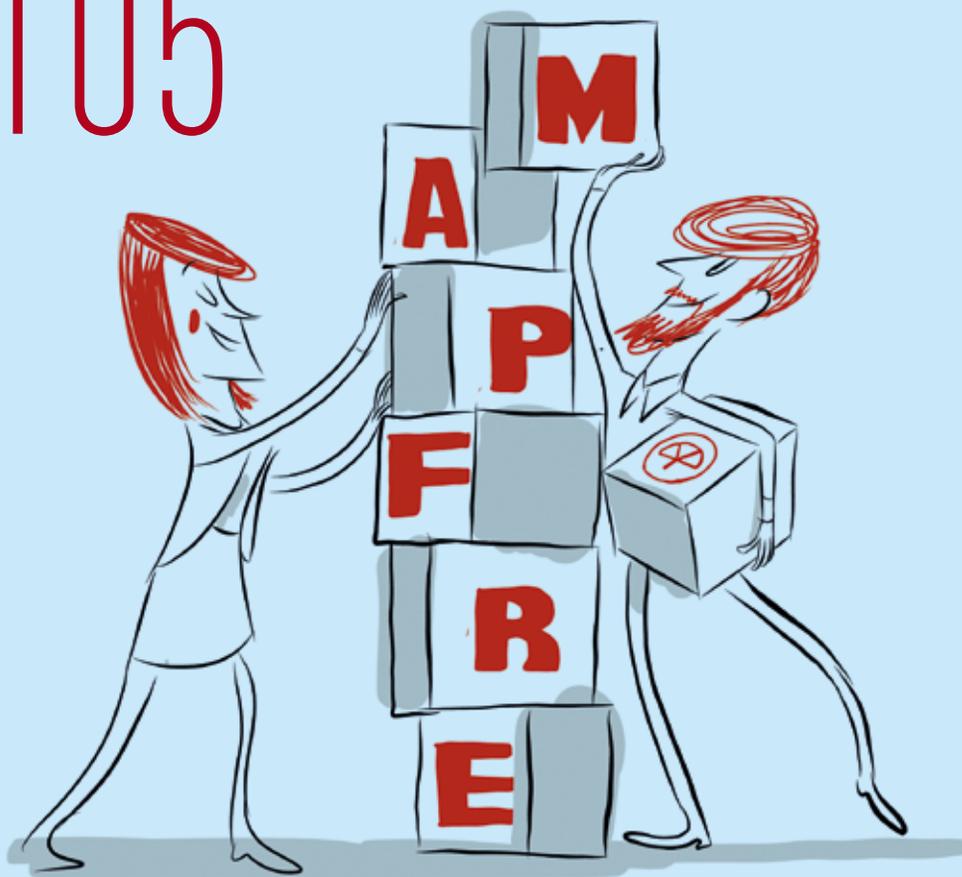
#105

CONOCE LA NUEVA
**EVALUACIÓN
DEL DESEMPEÑO**

SEMANA MAPFRE:
DE LA SALUD
A LA DIVERSIDAD

DEBATIMOS
SOBRE LA
**IGUALDAD DE
OPORTUNIDADES**

SÉ **SOSTENIBLE**
EN TU DÍA A DÍA



Tu confianza, nuestro impulso para avanzar

Fieles a nuestro compromiso de ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes, consideramos la confianza un valor fundamental para crecer y estar cada vez más cerca de ellos.

Este mismo compromiso nos hace perseguir un solo objetivo: que sigas confiando en MAPFRE.

mapfre.com

 **MAPFRE**

Tu aseguradora global de confianza

Comprometidos y preparados

OBJETIVO 2019 —2021

“ESPERAMOS
ALCANZAR UN ÍNDICE
DE CULTURA Y TALENTO
DEL 75%, SIENDO EL
63% EL PUNTO DE
PARTIDA”

Antonio Huertas,
Junta General de Accionistas 2019

El compromiso es el hilo conductor de este nuevo número de la revista *El mundo de MAPFRE*. Compromiso porque uno de los tres grandes pilares que contribuyen a nuestra transformación es el de Cultura y Talento, el tema de portada, quizá el que más potencia nuestro alineamiento con los valores de MAPFRE. Compromiso también con la sociedad, como vemos con la apuesta que hace MAPFRE por la inversión socialmente responsable — con el lanzamiento del primer fondo de inversión cuyo objetivo es invertir en empresas que promueven la inclusión de personas con discapacidad— y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en los que nos fijamos desde el punto de vista del individuo, de lo que podemos hacer en nuestro día a día en nuestros distintos papeles que desempeñamos en la sociedad.

Además, te contamos cómo MAPFRE está transformando su modelo de evaluación, para que tú seas el protagonista de tu desempeño y puedas construir tu propia ruta y lograr tus objetivos con mayor autonomía, un papel activo y, de nuevo, compromiso con otros proyectos.

También avanzamos en diversidad, con las Conversaciones para el Liderazgo, un espacio de debate sobre el papel de la mujer en temas relevantes para la sociedad. Y por supuesto, con la Semana MAPFRE, dedicada este año además a este tema, que ya ha cumplido cinco ediciones y se ha consolidado como una de las iniciativas más populares entre los empleados.

COMPROMISO PORQUE UNO DE LOS
TRES GRANDES PILARES QUE CONTRIBUYEN
A NUESTRA TRANSFORMACIÓN ES EL DE
CULTURA Y TALENTO, QUIZÁ EL QUE MÁS
**POTENCIA NUESTRO ALINEAMIENTO CON
LOS VALORES DE MAPFRE**

Sois vosotros los Protagonistas. Tramitadores y suscriptores de Autos en esta ocasión contarán cómo llevan a cabo una misión compartida: lograr la máxima satisfacción de nuestros clientes. También estrenamos una sección en la que los empleados serán los protagonistas, pues comenzamos a publicar los mejores artículos firmados por miembros de las Comunidades Agile y Arquitectura que participan en los Desafíos Arquigile.

Por último, no podemos dejar fuera de nuestras temáticas la de las redes sociales. Compartir contenido del grupo además de temas de su interés personal, ha llevado a nuestro presidente a ser uno de los cuatro ejecutivos del IBEX 35 más relevantes en cuanto a actividad en redes sociales.

STAFF

Presidente del Consejo Editorial
Ignacio Baeza

Director
Javier Fernández González

Han colaborado en este número
Daniel Badía, Fernando Cano,
Antonio Crespo, Pablo Fuentes,
Isabel Garbisu, Raúl González,
Joaquín Hernández, María Jesús Pérez,
Sara Torres, Miquel Vadell,

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
comunicacion@mapfre.com

Imprime
Gráficas Monterreina

Depósito Legal
M.1.017-1993

ISSN
1132-9068

VALORA NUESTROS ARTÍCULOS EN
www.elmundodemapfre.com/revista105
ESPERAMOS TUS COMENTARIOS
EN NUESTRA EDICIÓN DIGITAL



MAPFRE

06 EN PORTADA

Conoce más sobre el pilar estratégico **Cultura y talento**, que potencia tu compromiso con los valores de MAPFRE.

12 PERSONAS MAPFRE

Nueva **evaluación del desempeño**, ahora puedes ser el protagonista de tu desarrollo.

18 TEMAS MAPFRE

Conversaciones para el liderazgo, un debate sobre el papel de la mujer en temas relevantes.



22 PROTAGONISTAS

Te presentamos a seis compañeros **suscriptores y tramitadores** de autos, dos perfiles profesionales clave en nuestro negocio.



28 ACTUALIDAD

Las **Jornadas Internacionales MAPFRE GLOBAL RISKS** han llegado a su 16ª edición.

32 CLAVES

Sostenibilidad, el único camino para convivir en este planeta de recursos limitados.

38 SOSTENIBILIDAD

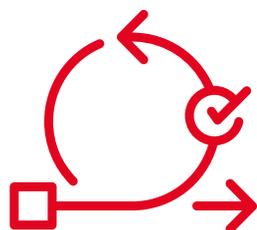
La apuesta de MAPFRE por la **inversión socialmente responsable**.

42 CULTURA ASEGURADORA

Te explicamos cómo acceder a toda la información que pone a tu alcance, de forma rápida y gratuita, el **Centro de Documentación de MAPFRE**.

46 DESAFÍOS

Nueva sección con los mejores artículos de los **Desafíos ARQUIAGILE**, una iniciativa de las Comunidades Agile y Arquitectura.



AMPLÍA INFORMACIÓN
EN NUESTRA EDICIÓN DIGITAL

50 GRUPOS DE INTERÉS

Redes sociales, una herramienta más en el mundo empresarial.



54 ESTAR BIEN

Semana MAPFRE, su evolución en los últimos años y su apuesta por la diversidad. Y una nueva entrega de **salud de género**.

62 FUNDACIÓN

Exposiciones que llenan de arte el otoño. Conoce cómo y dónde disfrutarlas.



VISITA NUESTRA
EDICIÓN DIGITAL



Cultura y Talento

**IMPULSANDO LA
TRANSFORMACIÓN:
COMPROMETIDOS,
PREPARADOS,
REFERENTES**



Cultura y
talento

Potenciar el compromiso con los valores de MAPFRE, impulsar la formación técnica, comercial y en habilidades digitales, y seguir siendo referentes en sostenibilidad, innovación, compromiso social y confianza son los objetivos de este pilar estratégico.

Detrás del ambicioso proceso de transformación que está impulsando MAPFRE para aprovechar las oportunidades de la era digital y anticiparnos al futuro, están las personas. Porque todo lo que hacemos para consolidar nuestra vocación de liderazgo del Grupo, no sería posible sin el esfuerzo y compromiso del equipo de profesionales que formamos este equipo.

Por eso, uno de los tres grandes pilares que contribuyen a nuestra transformación en el marco del Plan Estratégico de MAPFRE 2019-2021, es el de Cultura y Talento, cuya sponsor es Elena Sanz, directora general de Personas y Organización de MAPFRE. Este pilar estratégico es nuestro marco para seguir evolucionando, seguir siendo mejores cada día para adaptarnos a los cambios y superar nuevos retos.

El talento y compromiso de las personas, junto a los valores que siempre nos han caracterizado, hacen de MAPFRE una compañía diferente. Somos un equipo diverso, innovador, solidario y flexible.

UNO DE LOS TRES GRANDES PILARES QUE CONTRIBUYEN A NUESTRA TRANSFORMACIÓN EN EL MARCO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE MAPFRE 2019-2021, ES EL DE CULTURA Y TALENTO, CUYA SPONSOR ES ELENA SANZ, DIRECTORA GENERAL DE PERSONAS Y ORGANIZACIÓN DE MAPFRE

Además, MAPFRE quiere que las personas de la compañía seamos los protagonistas de nuestro propio desarrollo, para aprovechar las oportunidades y tener la mejor experiencia posible. Por eso apuesta por la formación continua, la promoción interna y la movilidad.

En este contexto, en el período 2019-2021 el pilar Cultura y Talento va a poner el foco en:

- **COMPROMETIDOS** con nuestra cultura y nuestros valores, que nos hacen únicos. Vamos a potenciar el compromiso de todos con los valores de MAPFRE.
- **PREPARADOS** para los nuevos desafíos, a través de más formación técnica y comercial, así como una puesta al día en habilidades digitales y transformacionales.
- **REFERENTES** en sostenibilidad, compromiso social, innovación y confianza.

Para hacer realidad estos desafíos, el pilar estratégico va a avanzar en tres frentes de actuación, que vemos a continuación.

ÍNDICE DE CULTURA Y TALENTO

Este indicador está integrado por las siguientes variables:

**OBJETIVO 2019-2021
“ESPERAMOS ALCANZAR UN ÍNDICE DE CULTURA Y TALENTO DEL 75%, SIENDO EL 63% EL PUNTO DE PARTIDA”**

Antonio Huertas,
Junta General de Accionistas 2019



CULTURA (50%)

EMPLOYEE SATISFACTION INDEX (ESI), un nuevo indicador para medir la satisfacción de los empleados a través de la valoración de los siguientes 10 aspectos:

- Conocimiento de los objetivos
- Orgullo por el trabajo realizado
- Reconocimiento por el trabajo realizado
- Aportación a la compañía
- Recepción de feedback de calidad
- Oportunidades de desarrollo
- Colaboración
- Herramientas de trabajo
- Cuidado a las personas
- Orgullo por la huella social.

ROTACIÓN: el porcentaje de empleados que causan baja en la empresa, de forma voluntaria o involuntaria.

ANTIGÜEDAD: los años de permanencia de los empleados en MAPFRE.



TALENTO (50%)

MOVILIDAD número de personas que han cambiado de puesto, función, ámbito o unidad de negocio (movilidad funcional), o que han tenido una movilidad geográfica a nivel país o internacional. La movilidad permite el crecimiento profesional y personal al facilitar conocer otros negocios, proyectos y realidades del Grupo.

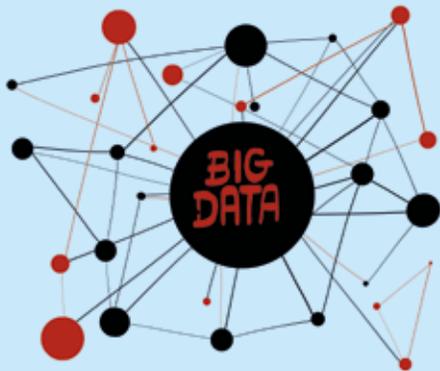
PLANES DE DESARROLLO: porcentaje de empleados que tienen asignados dichos planes, que son un conjunto de acciones en materia de formación, mentorización, retribución, movilidad y reconocimiento, diseñadas de manera individualizada. Incluyen planes de carrera, de desarrollo y talento e itinerarios formativos del *contac center*.

PROMOCIÓN INTERNA: porcentaje de puestos de responsabilidad que son cubiertos internamente.



ÍNDICADORES DE CAPACIDADES DIGITALES

Su objetivo es medir el grado de conocimiento sobre capacidades digitales y transformacionales de las personas de MAPFRE. Para ello se utilizan las siguientes métricas:



CONOCIMIENTOS DIGITALES:

número de empleados que tienen conocimiento o han recibido formación en alguno de los siguientes conocimientos digitales:

- | | |
|----------------------|-----------------------------|
| Modelos predictivos | Blockchain |
| Redes sociales | Ciberriesgo |
| NPS | Ciberseguridad |
| Trabajo colaborativo | Design thinking |
| Privacidad | Economía colaborativa |
| Analytics | Fintech |
| Big Data | Genética |
| DCX | Insurtech |
| Innovación | Inteligencia artificial |
| Agile | IoT (internet de las cosas) |
| Realidad mixta | Venture capital |

NUEVAS METODOLOGÍAS DIGITALES:

empleados que tienen conocimiento en el uso o han recibido formación en al menos una de las siguientes metodologías:

- Agile
- Design Thinking
- Lean Startup

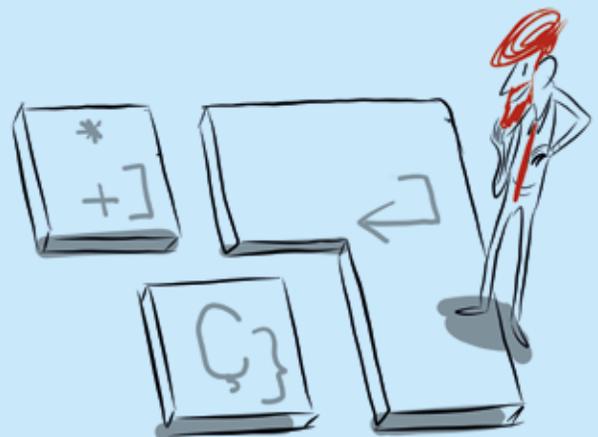
COMPOR TAMIEN TOS DIGITALES:

grado de asimilación de los nuevos comportamientos, medido a través de la evaluación del desempeño. Los nuevos comportamientos de MAPFRE en el marco de Reto Digital son:

- Colabora
- Innova
- Agiliza
- Respeta
- Comunica

EVALUACIÓN 360:

empleados que obtienen una calificación superior a 4 (sobre 5) en la evaluación 360 de los nuevos comportamientos digitales.



ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD DE MAPFRE 2019-2020

AMBIENTAL

Cambio climático

- Reducir la Huella de Carbono
- Edificios bajo gestión ambiental

Economía circular

- Reducir la generación de residuos
- Oportunidades en la economía circular



SOCIAL

Inclusión y talento

- Mujeres y talento
- Nuevos modelos de trabajo y transformación digital
- Personas con discapacidad

Responsabilidad sobre producto y transparencia

- Educación financiera/aseguradora y accesibilidad del seguro
- Cadena de suministro (proveedores)

Economía del envejecimiento

GOBERNANZA

Agenda 2030 de desarrollo sostenible de Naciones Unidas

Marco ético

Huella social

- Programa de empleo de personas con discapacidad
- Programa de Voluntariado Corporativo

PLAN DE SOSTENIBILIDAD 2019-2021

Tiene tres grandes objetivos:

- Posicionar a MAPFRE como empresa referente en transparencia, sostenibilidad y confianza.
- Queremos que los clientes, los empleados y la sociedad en general nos identifiquen como una empresa comprometida con el desarrollo sostenible.
- Y que los accionistas e inversores compartan nuestra visión de creación de valor a medio y largo plazo.



RETO DIGITAL

Es la iniciativa estratégica del pilar Cultura y Talento, cuyo objetivo es gestionar el cambio que precisa nuestra organización para adaptarse a los nuevos requerimientos digitales, dotando al entorno de trabajo de flexibilidad y agilidad y de herramientas que permitan el trabajo colaborativo y compartir el conocimiento.

Además, queremos potenciar nuevos comportamientos, el desarrollo de perfiles digitales y estratégicos, y nuevas formas de liderazgo.

Para ello se está trabajando en cuatro ámbitos:

- Entorno de trabajo
- Trabajo colaborativo y gestión del conocimiento
- Cultura en un mundo digital
- Nuevas formas de retribuir y de reconocer



VISITA
NUESTRA
EDICIÓN
DIGITAL

NUEVA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

MAPFRE transforma su modelo de evaluación

TEXTO SARA ELENA TORRES HORTAL | IMÁGENES ISTOCK Y ÁREA CORPORATIVA DE PERSONAS Y ORGANIZACIÓN



Actualmente, las compañías nos movemos en un entorno en el que los cambios se suceden a gran velocidad, es lo que se denomina entornos VUCA (siglas en inglés de “Volátil, Incierto, Complejo, Ambiguo”) y, ante esta situación, tanto las empresas como los que formamos parte de las mismas tenemos que ser capaces de adaptarnos y prepararnos para seguir siendo competitivos y productivos.

Con Reto digital, MAPFRE está trabajando para gestionar los cambios que todos precisamos para adaptarnos a los nuevos requerimientos digitales y para transformarnos como profesionales, y en ese objetivo nace el nuevo modelo de Evaluación del desempeño, que ha evolucionado a partir del modelo anterior para:

- Apoyar la consecución de los objetivos e impactar en la productividad. ¿Cómo? Mediante la definición y seguimiento de actividades clave que contribuyan al logro de los objetivos.
- Identificar el potencial de los empleados a través de una valoración global más objetiva.
- Promover una conversación continua, con el foco en valorar esfuerzos, reconocer logros y orientar el trabajo que realizamos.
- Impulsar la adopción de los nuevos comportamientos de MAPFRE —Colabora, Innova y Agiliza— mediante el *feedback* continuo y una evaluación 360, que permite reflexionar sobre los éxitos y fracasos para aprender de ellos.
- Viralizar los nuevos comportamientos de MAPFRE.

La nueva Evaluación del desempeño se ha construido con la vista puesta en convertir al empleado en Protagonista

de tu desarrollo, tal y como indica su eslogan, y para ello le pone en el centro de la acción porque:

- Le implica aún más en su desarrollo. MAPFRE necesita personas que estén comprometidas con la compañía de forma proactiva, y el mejor reflejo de esto es que cada uno de nosotros seamos responsables de nuestro propio desarrollo.
- Le ayuda a ser inspiración y referencia si es responsable de un equipo, y a crecer junto a él.

Este nuevo modelo supone un cambio cultural y de mentalidad que se encuadra en el nuevo momento que vivimos, que impacta tanto a las empresas como a las personas que trabajan en ellas. Ahora depende de ti que este nuevo modelo crezca.

Recuerda: TÚ eres el protagonista de tu desarrollo.

CONOCE EN DETALLE CÓMO FUNCIONA LA NUEVA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

La función de la evaluación de desempeño es caminar hacia una cultura de alto rendimiento de la cual se beneficien el trabajador y la empresa.

EL NUEVO MODELO TE OFRECE UNA HERRAMIENTA CON LA QUE TÚ PUEDES SER EL **PRINCIPAL RESPONSABLE DE TU CRECIMIENTO PROFESIONAL**

En este contexto, la nueva evaluación del desempeño que ha implantado MAPFRE es un modelo ágil y sencillo que pone el foco en la consecución de objetivos y en la adopción de los nuevos comportamientos de MAPFRE: Colabora, Innova, Agiliza, Respeta y Comunica (estos dos últimos en el caso de los empleados que gestionan equipos).

Este modelo se articula en cuatro pasos:

1. CONSTRUYE
2. HABLA
3. COMPARTE
4. VALORA

Vamos a ver en detalle cada uno de ellos:

1. CONSTRUYE tu propia ruta para lograr tus objetivos

Comienza definiendo la ruta que te va a permitir alcanzar tus objetivos. Lo vas a hacer a través de las actividades, que son acciones concretas y precisas que te ayudarán a alcanzar esos objetivos. Para establecerlas, tienes que pensar en términos de logros y resultados: un hito o una tarea concreta a conseguir, un indicador de negocio...

No se trata de trabajar dos veces ni de utilizar las actividades como una agenda de tus tareas diarias. Los criterios para definir una actividad como buena son que esta ha de permitirte:

- Hacer un seguimiento y medir si estás o no acercándote al objetivo.
- Recabar la opinión de otros.

La idea es que crees entre tres y cinco actividades para cada objetivo y que hagas seguimiento de su desarrollo, tanto estableciéndote un plan temporal como pidiendo feedback, tal y como vas a ver en el segundo punto “Habla”. Y sé flexible, es decir, si alguna actividad no funciona, cámbiala.

2. HABLA

a lo largo de todo el año

Una vez que has definido tus actividades, es el momento de:

- Hacer seguimiento de las mismas pidiendo feedback a las personas con las que estás trabajando, para conocer cómo avanzas y actuar. De esta manera, nuestros compañeros te ayudan a crecer y tú ayudas a otros en el mismo sentido.
- Fomentar la conversación continua con tu responsable. Son momentos de reflexión a lo largo del año que deben orientarse a hacer seguimiento del cumplimiento de las actividades que estás

TENDRÁS AUTONOMÍA SUFICIENTE Y UN PAPEL MUY ACTIVO PORQUE **AHORA CONSTRUYES TU PROPIA RUTA PARA LOGRAR TUS OBJETIVOS**

realizando y a conversar sobre la manera en la que estás adaptando los nuevos comportamientos: Colabora, Innova, Agiliza, Respeta y Comunica.

3. COMPARTE

e incorpora otros puntos de vista

La herramienta de evaluación 360 consiste en una autoevaluación del empleado y en una invitación para que te evalúen tus clientes internos —que son los compañeros que reciben el resultado de tu trabajo—, tus pares —otros colegas con los que también has colaborado a lo largo del año y que pueden darte su opinión— y tus colaboradores, si tienes personas a tu cargo.

El 360 permite reflexionar sobre los éxitos y fracasos para aprender de ellos, ya que te aporta una imagen muy precisa de tus fortalezas y áreas de mejora.

4. VALORA

Con toda la información recogida durante el proceso, tu responsable hará una valoración final que compartirá contigo en una conversación que cerrará el ciclo anual de tu evaluación del desempeño.

¿EN QUÉ TE BENEFICIA LA NUEVA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO?

Eres el principal responsable de tu desarrollo

La primera ventaja ya la descubres desde el propio eslogan del proyecto, eres el “Protagonista de tu desarrollo”. Y es que el nuevo modelo se ha creado para ofrecerte una herramienta con la que tú puedes, a través de tu esfuerzo y compromiso, ser el principal responsable de tu crecimiento profesional.

Mayor autonomía y un rol más activo

El nuevo modelo te da suficiente autonomía como para que tú construyas tu proceso, por ejemplo, con la introducción de las actividades pasas a tener un rol muy activo en la gestión de tus objetivos porque ahora construyes tu propia ruta para lograrlos. Por primera vez vas a definir cuáles van a ser las actividades clave o más eficientes para conseguir tus objetivos o que te van a ayudar a hacer un seguimiento de si tus esfuerzos son los adecuados. Y si no es así, puedes cambiar o ajustar esas actividades.

Eso implica que vas a tener que hacer un ejercicio de profunda reflexión para planificarte cada una de esas actividades

PROTAGONISTA DE TU DESARROLLO

NUEVO MODELO DE EVALUACIÓN

#retoDigital



CON FOCO EN:

Objetivos
Actividades
Comportamientos

colabora
para trabajar mejor
juntos

innova
para mejorar la calidad de
los servicios que ofrecemos

agiliza
para tomar decisiones de
manera rápida y eficaz

respeta
para garantizar la
privacidad de nuestros
clientes

comunica
para mejorar la
comunicación entre
departamentos

y cumplir en tiempo y forma. Se trata de una mayor responsabilidad, de modo que es un proceso más retador y gratificante para ti.

Otro beneficio es que vas a ver si te estás acercando a tus objetivos y, en caso de que no sea así, podrás cambiar tu estrategia.

En el caso de la evaluación 360, tú vas a contribuir a construir tu proceso 360 haciendo una propuesta de las personas que consideras deben participar en los grupos de clientes internos y pares. El foco de este proceso es tu desarrollo, y tendrás una vista multievaluador de cómo lo estás haciendo, por ejemplo, podrás identificar si tus pares te dicen si

innovas, si tus clientes internos te dicen si agilizas o no... Es una foto detallada y anónima —respetando la confidencialidad— de cada grupo para que veas cómo consideras que aplicas los nuevos comportamientos y a la que solo tú tienes acceso.

Participación y compromiso en otros proyectos

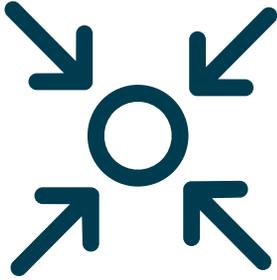
Durante el año tú contribuyes a los resultados de tu área a través de otras iniciativas o proyectos que no están reflejados en tu plan de objetivos, pero que han sido temas críticos o que marcan la diferencia de tu compromiso y trabajo en ese año. En la nueva evaluación del desempeño podrás incorporarlo y crear actividades de otros logros por dos motivos:

- Porque me interesa dejarlo reflejado en la herramienta.
- Quiero recibir impresiones de cómo he ejecutado ese trabajo.

Desarrollo a través de más puntos de vista

Con respecto a las actividades, vas a poder pedir feedback a otras personas con las que trabajas en el desarrollo de esas actividades sobre cómo lo estás haciendo. Esto es fundamental porque:

- Puedes empezar a traer otros puntos de vista a tu evaluación del desempeño y, de una manera formal quedan reflejadas en una herramienta las valoraciones de otras personas con las que estás trabajando.



- Desde el punto de vista de desarrollo es muy positivo que puedas recibir al momento un punto de vista sobre cómo estás haciendo las cosas.

Mayor participación de los responsables

En cualquier parte del proceso tu responsable puede participar, proponerte o ajustar actividades, pedir *feedback* a otros a los que tú no se lo hayas pedido... Los responsables van a contar con un cuadro de mando que les indica cómo están cada una de las personas de su equipo, qué actividades tienen pendientes, cuándo ha sido el último *feedback* que les has dado, cómo están en cada uno de los comportamientos... Con ello, podrá:

- Reconocer a sus empleados cuándo están haciendo muy bien las cosas.
- Ayudarles para que hagan mejor sus acciones.

Esa conversación, la comunicación, debe incorporarse a nuestro día a día. Es una fórmula que ayuda a incorporar los comportamientos del Reto

Digital a nuestro trabajo diario; son comportamientos relacionados porque si comunico consigo colaboración, y con ello innovo y soy más ágil... Se trata de viralizar esos hábitos para que estén presentes en nuestro día a día.

Desde el punto de vista de quienes tienen personas a su cargo, lo que la nueva evaluación les ofrece es una herramienta con la que pueden gestionar a su equipo de una manera diferente a cómo lo estaban haciendo hasta ahora.

A través de una única herramienta

Este modelo se realiza en su totalidad a través de SuccessFactors, en un nuevo módulo que se ha creado para gestionar y hacer seguimiento a todo el proceso de evaluación. Puedes acceder directamente al mismo a través de las aplicaciones que hay en el Espacio Personas de la intranet global.

EL PAPEL DE PERSONAS Y ORGANIZACIÓN

Los equipos de Personas y Organización van a incentivar e impulsar la adopción de este modelo entre todos los empleados. Pero este nuevo modelo de evaluación debe ser visto como un proceso de la organización que ha de ser interiorizado por todos, con

independencia del cargo que tengan, ya que el compromiso para que este proyecto sea un éxito ha de ser de todos y cada uno de nosotros.

De modo que con este proceso ganamos todos: empleado y compañía.

Este nuevo modelo estará implantado en octubre en todo el mundo, así que a partir de esa fecha podrás solicitar ese *feedback* a empleados de cualquier país con quienes estés trabajando. El siguiente paso será incluir algunas de sus funcionalidades en la App Personas. Esa es una novedad que os comentaremos más adelante.

Todos estos cambios son los que impulsan a MAPFRE a no quedarse atrás, adaptando su forma de evaluar para crear un modelo con una conversación más continua que favorecerá tu desarrollo. ¡Contamos contigo para que seas el “Protagonista de tu desarrollo”!





Y EN EL PRÓXIMO NÚMERO...

JUNTOS CONSTRUIMOS EL CONOCIMIENTO EN MAPFRE

En el próximo número de *El Mundo de MAPFRE* te hablamos del Nuevo Modelo de Gestión del Conocimiento

En nuestro día a día, los empleados de MAPFRE generamos una gran cantidad de conocimiento que tiene un valor incalculable y al que queremos sacar el mayor provecho. Para ello, en el marco de Reto Digital, MAPFRE va a poner en marcha su Modelo de Gestión del Conocimiento: un gran avance que nos permitirá ser más ágiles y eficientes.

Este modelo tiene como objetivo que el conocimiento fluya a través de la organización. Compartir saberes y experiencias tanto propios de MAPFRE como adquiridos; en forma de: buenas prácticas/casos de uso, lecciones aprendidas, estudios/informes y enlaces a conocimiento. Y conectar a profesionales de las distintas funciones y áreas de MAPFRE.

La Intranet Global es el vehículo que nos va a permitir difundir el conocimiento y hacerlo accesible a todos los empleados y por ello, dentro de la intranet se ha habilitado un espacio denominado eureka, que va a servir como almacén para que todos los empleados podamos consultar y/o aportar conocimiento.



Un espacio de debate sobre **LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES**





PUEDES VER
EL VIDEO COMPLETO
EN LA INTRANET
GLOBAL



TEXTO **PABLO FUENTES** | FOTOGRAFÍAS **MAPFRE**

Conversaciones para el Liderazgo es una de las iniciativas impulsadas por la Red de Liderazgo Femenino de MAPFRE, con el objetivo de debatir sobre el papel de la mujer en temas relevantes como la salud, el tercer sector, la industria del seguro o la función pública.

El pasado mes de marzo, coincidiendo con el Día Internacional de la Mujer, MAPFRE presento su **Red de Liderazgo Femenino**, cuya misión es impulsar iniciativas para contribuir a una igualdad efectiva de género en la empresa.

Una de estas iniciativas es **Conversaciones para el Liderazgo**, diálogos en los que participarán personas de referencia en el ámbito empresarial, económico y social.

En su primera edición, celebrada en Madrid el pasado mes de septiembre, **Elena Sanz**, directora general de Personas y Organización, **Irene García**, CEO de INSUREandGO y ABRAXAS, y **Leire Jiménez**, CEO de MAPFRE ASISTENCIA, junto al presidente de la compañía, **Antonio Huertas**, reflexionaron sobre las claves para avanzar en el ámbito de la igualdad de oportunidades.

**EN MAPFRE LA IGUALDAD
NOS HACE UNA EMPRESA
MÁS COMPETITIVA.
TRABAJAMOS PARA CONSEGUIR
UNA IGUALDAD EFECTIVA
DE GÉNERO.**

Los protagonistas destacaron que la igualdad no es solo una cuestión de justicia, sino también necesaria para la **competitividad** de las compañías y el desarrollo social. De ahí la importancia de los compromisos (el 45%

de las vacantes en puestos de responsabilidad en MAPFRE serán cubiertas por mujeres en 2021), que son un punto de partida a partir del cual exigirse más.

Subrayaron además que la **diversidad** facilita alcanzar mejores resultados y enriquece a las compañías, y que en MAPFRE el éxito y el desarrollo profesional se basa en el esfuerzo, el talento y compromiso de las personas, sin criterios de género, siendo estas cualidades las que determinarán al próximo presidente de la compañía.



ANTONIO HUERTAS

“Los compromisos públicos son un punto de partida. A partir de ahí, debemos exigirnos más y dar oportunidades para que esos objetivos se superen y formen parte de la propia naturalidad del desarrollo de la empresa, la igualdad de oportunidades y el desarrollo de todo el talento que podamos”.



ELENA SANZ

“Cualquier persona en MAPFRE puede evolucionar hasta llegar al puesto de presidente. Lo importante son los conocimientos, los logros que ella haya conseguido, que sienta los valores y la camiseta de MAPFRE, y que sea un líder, un líder de personas, que yo creo que es lo más relevante”.

CONVERSACIONES PARA EL LIDERAZGO, EN MEDIOS DIGITALES

Distintos medios de comunicación digitales de referencia en España, como *ABC*, *La Vanguardia*, *La Razón*, *El Economista*, *El Confidencial* o *El Español*, entre otros, se hicieron eco de la primera edición de **Conversaciones para el Liderazgo**, destacando las reflexiones del presidente de MAPFRE y tres altas directivas de la compañía en torno a la igualdad efectiva de oportunidades.

En las distintas crónicas se hace referencia al compromiso de MAPFRE por **avanzar hacia una igualdad de oportunidades, apostando por el esfuerzo, talento y compromiso de las personas, sin etiquetas de género.**





IRENE GARCÍA

“Todas las mujeres en MAPFRE tenemos las mismas oportunidades. He llegado a CEO a través del trabajo que creo que he realizado bien en MAPFRE, y el compromiso. Siempre se me han dado las oportunidades en función del trabajo que he realizado”.



LEIRE JIMÉNEZ

“La diversidad aporta mucho al grupo, en su conjunto, el tener distintos puntos de vista, distintas experiencias, en un comité de dirección o en equipos de trabajo, es lo que aporta la riqueza de pensamiento de una compañía”.





SIGUE LAS
ACTIVIDADES
DE MAPFRE
EN LAS **REDES**
SOCIALES

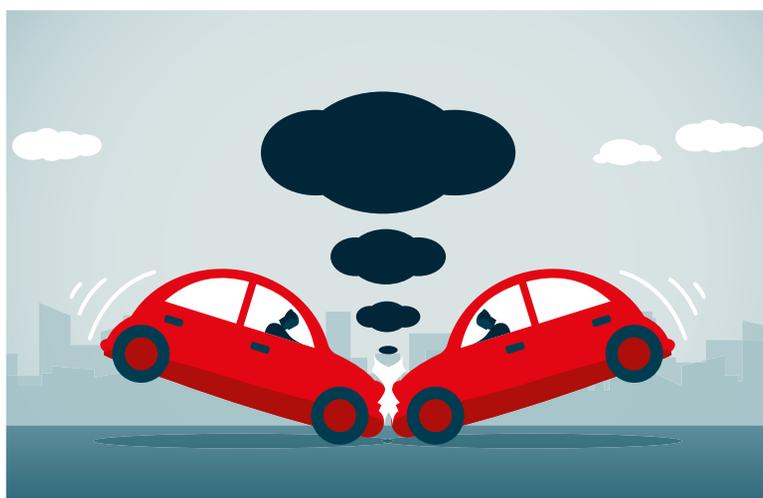


SUSCRIPTORES Y TRAMITADORES DE AUTOS

TEXTO **MARÍA JESÚS PÉREZ FUENTES** | FOTOGRAFÍAS **MAPFRE** | ILUSTRACIÓN **ISTOCK**

César, Desirée, Diego, Karla, Erica y Josué pertenecen a dos perfiles profesionales que son clave en nuestro negocio, son suscriptores y tramitadores de Autos y comparten una misión: lograr la máxima satisfacción de nuestros clientes.

César es jefe de Suscripción de la Unidad de Autos en MAPFRE PERÚ. Los suscriptores son profesionales que analizan el riesgo de cartera de una aseguradora y garantizan que sea rentable. «Salvaguardamos el riesgo que asume la compañía y velamos por la calidad que se da al cliente». Su objetivo es encontrar el punto de equilibrio técnico en el que se cubren las necesidades del cliente con productos atractivos, y en el que los números de la cartera sean positivos. Con la implantación del trabajo en remoto, César puede organizar su jornada laboral entre su hogar, la oficina y las visitas a corredores. «Nuestra principal función es el análisis y selección de riesgos



mediante automatización previa o en operaciones pendientes de aprobación», comenta **Desirée**, desde la Dirección General Territorial de Cataluña. «Somos asesores del riesgo, ejercemos de auditores para evitar fraudes

y riesgos para la compañía sobre las pólizas emitidas».

Diego comenzó su carrera en MAPFRE en Chile, aunque ya lleva 11 años en Colombia. Desde allí, comenta el carácter multidisciplinar de su rutina diaria. «Cada día está lleno

de retos y responsabilidades, por lo que debo tener la mayor disponibilidad para realizar diferentes actividades con relación a mi puesto de trabajo». Algunas de esas actividades consisten en realizar cotizaciones de productos colectivos e individuales, controlar el proceso de selección y suscripción del ramo, apoyar a la red comercial cuando requieran formación sobre los productos, o analizar e interpretar las cifras de siniestralidad, entre otras.

Karla es analista tramitadora de siniestros en República Dominicana y se ocupa de dar soluciones a los clientes tras sufrir un siniestro. Los tramitadores son los responsables de relacionarse con las entidades y personas afectadas y de negociar con los asegurados y contrarios para encontrar la solución más conveniente para todas las partes.

Un día normal para Karla comienza con la verificación de los expedientes que se generan desde la apertura de un siniestro. «Contestamos las llamadas de los clientes que están solicitando información del estatus de su caso e información de siniestro en general. También despachamos las órdenes de reparación al taller y confirmamos con los suplidores la disponibilidad de

las piezas para coordinar con el taller el ingreso del vehículo para la reparación, hasta que el mismo se le es entregado al cliente».

El servicio que prestan los tramitadores es fundamental para que seamos percibidos como una compañía 100% orientada al cliente. Tal y como establece el Plan Estratégico 2019-2021, en MAPFRE buscamos situar al cliente en el centro de todo lo que hacemos para seguir siendo su aseguradora de referencia. Los tramitadores son los encargados de asesorar, acompañar y guiar a nuestros clientes en sus momentos más vulnerables y de fidelizarles a través de la excelencia en el servicio prestado. Garantizan que se resuelva el expediente del siniestro con las debidas garantías y controles y dentro de los plazos establecidos para cada trámite y todo ello, permaneciendo al lado del cliente durante todo el camino de la solución del siniestro.

Josué, tasador en MAPFRE PUERTO RICO, es un claro ejemplo de este enfoque customer centric. «Servir a nuestros clientes es una de las mayores satisfacciones. Al llegar temprano a la oficina o cuando arranco el motor de mi auto para la ruta en las mañanas, sé que serán días productivos y que muchos clientes recibirán el servicio

ALGUNAS FUNCIONES DE UN SUSCRIPTOR

- Atender las necesidades de suscripción de acuerdo con la línea de negocio a contratar, con el fin de garantizar la satisfacción de nuestros clientes y la optimización de costes de la compañía.
- Elaborar las políticas y manual de suscripción de los productos con el fin de seleccionar los riesgos asegurables para la compañía.
- Apoyar al área comercial definiendo tarifas y condiciones particulares que contribuyan al crecimiento en clientes individuales y colectivos en el ramo de automóviles.
- Analizar la ocurrencia de los siniestros, las primas emitidas y devengadas, con el fin de apoyar el proceso de renovación determinando la rentabilidad y continuidad del negocio y de esta manera contribuir con la fidelización de nuestros clientes.
- Dar a conocer las oportunidades de mejora en los procesos buscando su optimización y la prestación de los servicios.
- Elaborar y preparar el slip de cotización de acuerdo con las políticas y condiciones técnicas.
- Revisar las condiciones de los negocios colectivos en el ramo de automóviles al momento de participar en una licitación con el fin de garantizar el cumplimiento de las políticas de suscripción de la compañía.



CESAR OTOYA DEL ÁGUILA,
JEFE DE SUSCRIPCIÓN
DE LA UNIDAD DE AUTOS.
MAPFRE PERÚ.
21 AÑOS EN LA COMPAÑÍA

“Salvaguardamos el riesgo que asume la compañía y velamos por la calidad que se da al cliente”.



DESIRÉE BARRACHINA HIDALGO, SUSCRIPTORA DE AUTOMÓVILES.
MAPFRE ESPAÑA.
18 AÑOS EN MAPFRE

“Nuestra principal función es el análisis y selección de riesgos mediante automatización previa o en operaciones pendientes de aprobación”.



ERICA BARTOLO,
MOTOR CLAIMS HANDLER
EN MAPFRE MIDDLESEA.
7 AÑOS EN MAPFRE

“Debido a la evolución de la tecnología, hoy en día los clientes esperan recibir un servicio más rápido e inmediato y también son más exigentes”.



JOSUÉ CORDERO PÉREZ,
AJUSTADOR/TASADOR
EN MAPFRE PUERTO RICO.
3 AÑOS Y 5 MESES EN MAPFRE

“La tecnología aplicada al trabajo ayuda en gran manera a la tramitación del peritaje y el siniestro. Es indispensable para nosotros estar a la vanguardia de estos cambios, ya que eso influirá en que el servicio sea de excelencia y continuemos por el camino de la rentabilidad”.



DIEGO ÁVILA MUÑOZ,
SUSCRIPTOR DE VEHÍCULOS.
2 AÑOS EN MAPFRE CHILE
Y 11 EN MAPFRE COLOMBIA

“Cada día está lleno de retos y responsabilidades, por lo que debo tener la mayor disponibilidad para realizar diferentes actividades con relación a mi puesto de trabajo”.



KARLA MASSIEL MARIA MOREL, ANALISTA TRAMITADORA DE SINIESTROS EN REPÚBLICA DOMINICANA.
5 AÑOS EN MAPFRE

“Deseo que sigamos formando a este mercado en materia de seguros, a la vez que somos más competitivos y rompemos con los paradigmas”.

de primera que debemos brindar. El asunto de resolver las situaciones que se presentan a diario me llena de mucho entusiasmo y energía. Para mí, nuestros clientes y su satisfacción son lo primordial», asegura.

En MAPFRE trabajamos para anticiparnos a las necesidades de los clientes y revisar el ramo de Autos de los próximos años. Lograr la máxima personalización en el servicio al cliente es uno de los objetivos de MAPFRE, lo que nos permitirá ofrecerle la mejor experiencia posible en su relación con la compañía, y poner a su disposición una propuesta de valor innovadora y adaptada a cada perfil. «El cliente demanda sencillez e inmediatez en el uso, pero a la vez, personalización en las coberturas y pagar únicamente por lo necesario», dice **Desirée**, «por lo que debemos ser proactivos tanto a través de la red tradicional, como de las nuevas tecnologías».

«Debido a la evolución de la tecnología, hoy en día los clientes esperan recibir un servicio más rápido e inmediato y también son más exigentes», añade **Erica** desde MAPFRE MIDDLESEA. «Actualmente las nuevas tecnologías y los competidores en el mercado de seguros, junto a la evolución de la tecnología, simplifican y seguirán simplificando las

“ES INDISPENSABLE PARA NOSOTROS ESTAR **A LA VANGUARDIA DE LA TECNOLOGÍA**, YA QUE ESO INFLUIRÁ A QUE EL SERVICIO SEA DE **EXCELENCIA Y CONTINUEMOS POR EL CAMINO DE LA RENTABILIDAD”**

Josué Cordero Pérez, ajustador / tasador en MAPFRE PUERTO RICO

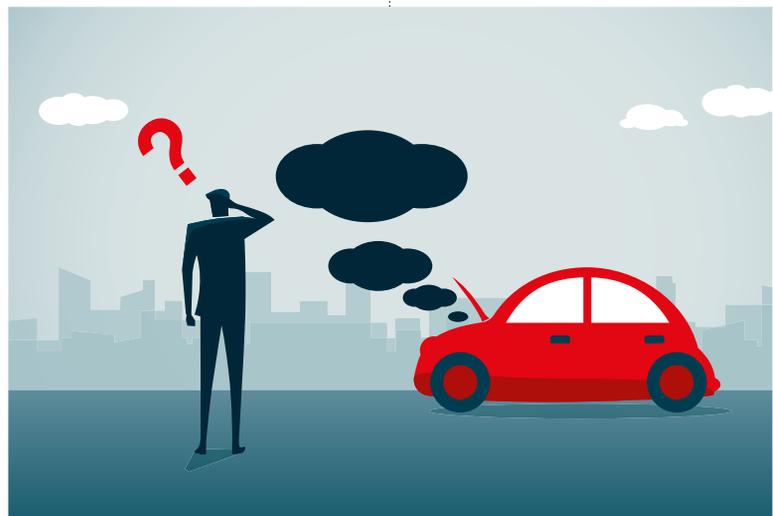
“**LOS PRINCIPALES RETOS DEL SECTOR SON INNOVAR EN LOS PRODUCTOS, SER RENTABLES, CRECER EN CUOTA DE MERCADO Y OFRECER HERRAMIENTAS VIRTUALES PARA LA FACILIDAD DEL CLIENTE Y DE LA COMPAÑÍA”**

Diego Ávila Muñoz, suscriptor de vehículos en MAPFRE COLOMBIA

tareas diarias del tramitador para proporcionar una comunicación más simple y eficiente entre el cliente y la aseguradora».

Y para lograr estos objetivos, nuestros Protagonistas coinciden en que es vital ofrecer al suscriptor y tramitador herramientas y/o soluciones tecnológicas que promuevan la agilidad en su labor diaria, así como facilitarles el aprendizaje de los aspectos técnicos, comerciales, operativos, tecnológicos y financieros que se requieran para el desempeño de su función.

La adaptación al futuro sector del automóvil es uno de los temas candentes en la industria. Los vehículos autónomos, el uso compartido, la conectividad, las app... Las aseguradoras buscan adaptarse a la vertiginosa evolución del sector ideando productos y



ALGUNAS FUNCIONES DE UN TRAMITADOR

- Tramitar daños personales y materiales.
- Relacionarse con las entidades y personas afectadas por los siniestros, negociar con los asegurados, contrarios y profesionales que intervengan en los casos e intentar obtener el resultado más conveniente para todas las partes.
- Comprobar lo necesario para aclarar el asunto. Realizar estudios, validar informes de distinta índole (policiales, judiciales, administrativos... etc.), tratar con los contrarios (que pueden ser personas, empresas u organismos públicos) con otros profesionales implicados en la gestión (peritos y abogados) con proveedores del servicio (asistencia en viaje), etc.
- Efectuar las comprobaciones necesarias para establecer cómo ha sucedido el accidente, que hay ausencia de mala fe, constatar la cobertura de la póliza y determinar la autoría. Así la compañía podrá satisfacer al asegurado la indemnización o el importe de los daños que estén cubiertos.



servicios que den respuesta a estos cambios. «El mundo digital tendrá un gran impacto en el sector automovilístico, por lo que el suscriptor de vehículos tendrá mayor información con las nuevas tecnologías para evaluar y analizar el riesgo y establecer nuevas condiciones para los nuevos mercados que nacerán», opina **César**.

Por ello, resulta fundamental nuestra habilidad para capturar, almacenar y analizar los datos, ya que acabará desempeñando un papel esencial en la suscripción. «A través de la digitalización y del big data», explica **Desirée**, «podremos valorar y ofertar primas personalizadas con los datos de conexión del auto, de tal manera que el asegurado pueda tener una prima de acuerdo con su situación. Estaríamos hablando de primas variables dentro un mismo

período de tiempo según el riesgo, y primas compartidas por uso de coche compartido, por ejemplo».

«En MAPFRE PUERTO RICO, la tecnología y su uso han sido un factor determinante para el éxito de esta compañía», asegura **Josué**. «La tecnología aplicada al trabajo ayuda en gran manera a la tramitación del peritaje y el siniestro. Es indispensable para nosotros estar a la vanguardia de estos cambios, ya que eso influirá en que el servicio sea de excelencia y continuemos por el camino de la rentabilidad».

Para terminar, **Karla**, expresa un deseo de futuro para República Dominicana, «que sigamos formando a este mercado en materia de seguros, a la vez que somos más competitivos y rompemos con los paradigmas».



VISITA
NUESTRA
EDICIÓN
DIGITAL

Compartiendo experiencias y conocimiento sobre **RIESGOS GLOBALES**

TEXTO **JOAQUÍN HERNÁNDEZ** | FOTOS **MAPFRE GLOBAL RISKS**

Conocer cómo están evolucionando los mercados de grandes riesgos en América Latina y en España, así como el impacto del reaseguro, o temas relacionados con la ciberseguridad, el uso de drones y el desarrollo del *blockchain*, por ejemplo, fueron la excusa perfecta para que cerca de 500 gestores de riesgos de 23 países diferentes y de muy diversas actividades se reunieran en Salamanca (España) durante tres días para poner en común visiones, experiencias e inquietudes. El foro no podía ser otro sino las jornadas Internacionales de MAPFRE GLOBAL RISKS, que en este año llegaban ya a la vigesimosexta edición.



Bosco Franco, CEO de MAPFRE GLOBAL RISKS, inauguró el evento.

Durante la celebración de este tradicional evento de MAPFRE GLOBAL RISKS, Salamanca se convirtió en el centro internacional de la industria aseguradora, reuniendo a profesionales de mercados muy diversos y se pusieron sobre la mesa los principales retos a los que se enfrenta la protección de los grandes riesgos (el aeronáutico o el de la energía, por citar sólo dos ejemplos) desde los planteamientos de todos los protagonistas, a la vez que se destacó la permanente necesidad de innovar. Es precisamente la innovación uno de los factores que Antonio Huertas, presidente de MAPFRE, subrayó durante la clausura de este encuentro.

«Somos una industria que reinventa constantemente para ofrecer soluciones innovadoras que se ajusten a las nuevas necesidades del mercado. La innovación es consustancial al seguro, sobre todo en empresas como MAPFRE. Es algo que tenemos muy interiorizado en la compañía. De hecho en el nuevo plan estratégico, cuyo lema es “Transformándonos para crecer y mejorar la rentabilidad”, la innovación nos ayuda a ser una empresa más ágil, más avanzada, más eficiente, manteniendo el foco en los dos principales motores de nuestra actividad: el cliente y la rentabilidad del negocio», destacó Antonio Huertas.

Estas Jornadas Internacionales MAPFRE GLOBAL RISKS, que gozan de gran prestigio entre el sector, se desarrollan en torno a dos paneles simultáneos: el de seguros y el de seguridad. En el primero de ellos, se debatió sobre la evolución de mercados de grandes riesgos tan importantes para el negocio de MAPFRE como el de Brasil, el de Latam Norte y Sur —centrado en México, Chile y Colombia— o el de España. Todo ello, con una mesa redonda

“EN MAPFRE GLOBAL RISKS CREEMOS QUE LA CERCANÍA A NUESTROS CLIENTES, LA FLEXIBILIDAD EN LA BÚSQUEDA DE SOLUCIONES Y EL COMPROMISO ES FUNDAMENTAL PARA ESTABLECER VÍNCULOS ESTABLES Y DE LARGO PLAZO”

Bosco Francoy

específica sobre la importancia de la calidad del servicio en la gestión de los siniestros. La confianza de los clientes, la adaptación a las peculiaridades de cada mercado y un servicio excelente y de calidad son imprescindibles en un mercado en el que se establecen vínculos a muy largo plazo.

Precisamente, el CEO de MAPFRE GLOBAL RISKS, Bosco Francoy, responsable de la inauguración del evento, destacó en estas jornadas que el seguro, independientemente del tamaño del cliente “debe trascender la mera relación transaccional”. “En MAPFRE GLOBAL RISKS creemos que la cercanía a nuestros clientes, la flexibilidad en la búsqueda de soluciones y el compromiso son fundamentales para establecer vínculos estables y de largo plazo. Somos socios y su suerte es la nuestra. Nos apoyamos mutuamente para conocer las nuevas amenazas a las que nos enfrentamos y buscar soluciones conjuntas”, subrayó.

El papel que desempeña el reaseguro en la gestión de los grandes riesgos globales es importantísimo y por ello no podía faltar un panel de debate en el que MAPFRE RE, junto con reaseguradoras de primer nivel, expusieron cómo está evolucionando este mercado.

En las sesiones dedicadas a seguros no faltaron ejemplos ilustrativos de varios ponentes, que pusieron sobre la mesa la influencia que en la vida cotidiana tienen aspectos tan desconocidos para la mayoría de las personas como, por ejemplo, la forma en que se gestiona la siniestralidad de los cables eléctricos cuyo trazado discurre por debajo del mar y cuyo funcionamiento puede suponer contar o no con energía eléctrica. Algo tan vital... y tan desconocido para muchos.



Antonio Huertas, presidente de MAPFRE, durante la clausura del evento.

Francisco Marco, presidente de MAPFRE GLOBAL RISKS, hace entrega del premio Internacional a la Excelencia en la Gerencia de Riesgos a Rafael Fau, VP Risk Management de RIU Hotels and Resorts.

(página derecha)
Un momento de la Competición de Defensa contra Incendios.



las tecnologías innovadoras aplicadas a la seguridad como, por ejemplo, los drones en el sector de la minería y la realidad virtual también estuvieron presentes en este foro, junto con los retos, por ejemplo, a los que se enfrentan los gestores de riesgos en el sector energético.

Conocer de primera mano los problemas reales a los que se enfrenta una aseguradora (o varias en muchos casos, ya que comparten riesgos) en la construcción de grandes infraestructuras como puede ser una obra de gran envergadura, como el metro de Lima —en Perú— o la ruta del Cacao —construida en Colombia—, permitió a los aseguradores no sólo compartir experiencias sino también soluciones.

Mientras se desarrollaban todas estas mesas redondas, en otro salón de actos de la Hospedería Fonseca se debatía sobre aspectos de seguridad de lo más variado. Algunos, tan clásicos como las catástrofes naturales, con la experiencia de la Unidad Militar de Emergencias —una ponencia que despertó gran interés—, en la que se abordó la forma de dar una respuesta coordinada, eficaz y en tiempo cuando surge una situación que requiere su participación.

Junto con estos temas, también se abordaron otros que también están de actualidad, como puede ser el desarrollo del *blockchain* como nuevo paradigma de la seguridad. El uso de

“LA INNOVACIÓN NOS AYUDA A SER UNA EMPRESA MÁS ÁGIL, MÁS AVANZADA, MÁS EFICIENTE, MANTENIENDO EL FOCO EN LOS DOS PRINCIPALES MOTORES DE NUESTRA ACTIVIDAD: EL CLIENTE Y LA RENTABILIDAD DEL NEGOCIO”

Antonio Huertas

Unas jornadas con premio

Este año, MAPFRE GLOBAL RISKS ha creado el premio Internacional a la Excelencia en la Gerencia de Riesgos para reconocer la gestión y cultura de prevención de riesgos. Este galardón de carácter bienal pretende convertirse en un referente dentro de la industria aseguradora de los grandes riesgos. En esta primera edición,

la empresa ganadora para el periodo 2017-2019 ha sido RIU Hotels & Resorts (una compañía que empezó como un pequeño negocio vacacional en 1953 y hoy es una empresa con 93 hoteles en 19 países). El jurado destacó el trabajo, las políticas y la cultura para la gestión, prevención y protección de riesgos de Riu Hotels & Resorts. Francisco Marco, presidente de MAPFRE GLOBAL RISKS, y Bosco Francoy fueron los encargados de entregar este galardón, que se conoció al final de las jornadas. Rafael Fau, VP Risk Management de RIU, hizo especial hincapié, al recoger el premio, en la implicación de toda la empresa en la gerencia de riesgos.

Precisamente, la prevención fue uno de los aspectos que sobrevolaron durante toda la jornada y se constató que cada vez existe mayor conciencia sobre la función del gestor de riesgos en las grandes empresas. “Aunque suponga una inversión relevante, la prevención es rentable siempre. En MAPFRE GLOBAL RISKS valoramos extraordinariamente la cultura de prevención y mitigación del riesgo. Es una labor muy valorada por aquellos asegurados que son conscientes de que una buena prevención es básica para la viabilidad de su negocio a largo plazo”, subrayó Bosco Francoy.

Los nuevos riesgos refuerzan la necesidad de prevención. Hace unos años, un ataque a la base de datos o al sistema de distribución de una empresa era algo inimaginable, algo que se podía pensar que ocurría en el cine o a empresas muy relacionadas con la seguridad y que manejaban información muy sensible. Hoy, no solo se sabe que no es así, sino que la realidad ha demostrado que cualquier empresa es susceptible de sufrir



EL OBJETIVO DE LA COMPETICIÓN ES **MOSTRAR LA HABILIDAD DE LOS EQUIPOS FORMADOS PARA LA PREVENCIÓN DE INCENDIOS, Y DIFUNDIR LA CULTURA DE LA PREVENCIÓN EN LAS ENTIDADES**

un ciberataque. Esta situación, que es más frecuente de lo que a todos nos gustaría, es un hecho al que las compañías deben plantar cara y saber cómo actuar para salvaguardar no sólo la información de sus clientes sino todo su negocio.

Competición de defensa contra incendios

En el marco de estas jornadas, aunque unas semanas antes, se desarrolló la tradicional Competición de Defensa Contra Incendios. En ella participaron un total de 13 equipos formados por personal no profesional y brigadas profesionales de diferentes empresas en una sesión en la que se llevaron a cabo cuatro pruebas con diferentes escenarios de incendio. En las mismas, los participantes, cronometrados por un jurado, debían intervenir para su extinción en el menor tiempo posible, en dos de ellas mediante el empleo de manguera y otras dos con extintores.

El objetivo de la competición es mostrar la habilidad de los equipos formados para la prevención de incendios por parte de diversas entidades clientes de MAPFRE GLOBAL RISKS, y difundir la cultura de la prevención en las entidades. Además, estas pruebas suponen un encuentro para compartir diferentes puntos de vista y estrategias en materia de lucha contra incendios.



Sostenibilidad, mucho más que reciclaje

$$\text{SOSTENIBILIDAD} = \sum \begin{matrix} \text{MEDIO AMBIENTE} \\ \text{ECONOMÍA} \\ \text{SOCIEDAD} \end{matrix} \times \text{EQUILIBRIO} \times \text{TIEMPO}$$





PARA SABER MÁS, CONSULTA
NUESTRO ARTÍCULO SOBRE CÓMO
SER ECO EN LA OFICINA
<https://www.elmundodemapfre.com/revista103/2019/03/04/eres-eco-en-la-oficina/#5>

TEXTO MIQUEL VADELL | FOTOGRAFÍAS ISTOCK

Últimamente estarás oyendo hablar mucho acerca de la sostenibilidad. En los periódicos, televisión y redes sociales aparecen continuamente noticias sobre este tema, el calentamiento global, el deshielo de los casquetes polares, etc. Las catástrofes naturales, como grandes tormentas, inundaciones o incendios se suceden con tal frecuencia que ya las empezamos a ver como eventos más cotidianos que extraordinarios. Aun así, todavía hay una cierta confusión sobre lo que es la sostenibilidad, ya que tradicionalmente este término se asocia únicamente a aspectos medioambientales, una asociación tan cierta como incompleta.

La sostenibilidad habla de dos conceptos y de tres ejes. Equilibrio y tiempo son los conceptos y medio ambiente, economía y sociedad los tres ejes, como mostramos en la fórmula de la pizarra.

Supone un equilibrio perdurable entre los tres ejes (ambiental, social y económico), ya que forman conjuntamente un engranaje que no puede funcionar debidamente si alguna de las piezas no está encajada o engrasada debidamente. Estos tres engranajes son interdependientes entre sí, están íntimamente conectados, de manera que un sobredesarrollo de uno fácilmente desemboca en el perjuicio de los otros.

Un ejemplo claro de esta interrelación puede ser la tala de árboles: genera empleo y riqueza económica, pero a costa de una pérdida de la biodiversidad (medioambiente). Otro ejemplo, menos manido y evidente, es el fomento de

la compra de productos importados a bajo precio que, si bien suponen un ahorro para el consumidor, derivan en un declive económico de los productores locales.

Ninguno de estos dos ejemplos supone, por sí, un ejemplo de insostenibilidad, ya que tanto la tala regulada de madera como la compra de productos importados son necesarias para abastecer a la sociedad. La clave es que cualquier modelo sea lo más equilibrado posible y que genere riqueza económica, social y medioambiental por igual.

Como se puede deducir, la sostenibilidad es, sobre todo, algo complejo (que no complicado). Y pese a esta complejidad, es el único camino para que los más de siete mil millones de personas que poblamos este planeta de recursos limitados podamos convivir en paz.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Conscientes de este panorama, en 1945 se funda la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la mayor organización internacional que existe. 70 años después, en 2015, la ONU lanza los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que persiguen 169 metas para que todas las sociedades del mundo logren un desarrollo sostenible en esos tres ejes. Los ODS hacen un llamamiento no solamente al sector público, sino también al sector privado, al sector académico y al tercer sector (organizaciones sin ánimo de lucro) para que colaboren entre sí para lograr los 17 objetivos.

Los ODS tienen como horizonte temporal el año 2030, quince años para lograr metas tales como la alfabetización de todos los humanos, una reducción global del desempleo, de la corrupción y soborno en todas sus formas, etc. Objetivos tan ambiciosos como asumibles en función de la voluntad de los implicados, pero sobre todo, absolutamente necesarios.

¿Y qué puedo hacer yo?

En este panorama complejo donde es necesaria la intervención de gobiernos, empresas,

instituciones, etc. parece que únicamente es su responsabilidad el fomento del desarrollo sostenible ya que creemos que la acción de una persona a título individual es insignificante. Nada más lejos de la realidad. Las personas a título individual somos las que conformamos las comunidades, familias, empresas, entidades, gobiernos, etc., somos la unidad nuclear y todo comienza por nuestra actividad.

Nuestra pequeña labor es la siembra que, junto con la de los demás, puede marcar la diferencia. Todos juntos avanzando por un mismo objetivo, apartando las diferencias que nos separan y centrándonos en lo que realmente importa: un futuro para todos.

Cada individuo desempeña en su día a día varias funciones desde las que puede actuar: el papel de familiar (hijo, hermana, madre), el papel de empleado, de empleador, de amigo, de vecino, de cliente, etc.; y en cada uno de estos papeles podemos llevar a cabo acciones que fomenten el desarrollo sostenible de la sociedad.

A continuación, unos ejemplos sobre actitudes y hábitos que puedes adoptar en tu día a día:

En sociedad en el papel de familiar, amiga, vecina, ciudadano, etc., nuestras acciones irán encaminadas a sensibilizar y educar con el ejemplo. Aquí es tan importante transmitir como realizar prácticas sostenibles.

EDUCACIÓN DE LOS NIÑOS

Las nuevas generaciones serán las que desafortunadamente sufrirán las consecuencias de las acciones de las anteriores, pero a su vez son la esperanza para el cambio. Por ese motivo es esencial educar en valores sostenibles, como el uso consciente de recursos, la colaboración en lugar de la competición, el altruismo... Cualquier conducta que hagan los educadores será replicada por los niños.



VOLUNTARIADO

La colaboración e implicación con aquellos estratos sociales más necesitados es un ejemplo perfecto de conducta sostenible, ya que para que una sociedad progrese deben progresar todas las capas sociales. Hay infinitas maneras de colaborar tanto a título personal como a través de la empresa en que trabajamos.



RECICLAJE

Es desde luego el valor más identificado como tema de sostenibilidad. Sin embargo, no debemos enfocarlo únicamente a la separación de residuos, sino, con una visión más amplia, valorar también el reciclaje de ropa, muebles o materiales que puedan tener un segundo uso tras quedar inservibles para su función principal (por ejemplo, convertir la ropa en trapos para la limpieza).



Como consumidor comprar y adquirir productos y servicios es una de las acciones que más realizamos a lo largo de nuestra vida adulta, somos sobre todo seres consumidores. Por ello es importante que lo hagamos de una manera responsable.

COMERCIO LOCAL Y COMERCIO JUSTO

Apoyar el comercio local adquiriendo productos y servicios de empresas cuyos estándares laborales y medioambientales sean adecuados sirve para fortalecer el tejido empresarial local y para promocionar sus productos. Hay que derribar el mito de que un consumo sostenible siempre es más caro, encuentra aquellas cosas que puedas permitirte e incorpóralas en tus rutinas de compra. Mención especial en este punto merece la alimentación, una de las mayores fuentes de contaminantes. Una dieta basada en frutas, verduras y legumbres es más sostenible que una basada en proteína de origen animal. Por otro lado, evitar el desperdicio de comida —algo que puede suponer un importante cambio de hábitos— es un paso muy significativo también.



SEGUNDA MANO

Reutilizar es uno de los preceptos más conocidos y efectivos de ser sostenibles, promocionar la compra-venta de artículos para un segundo uso evita el consumo excesivo a la par que reduce la cantidad de residuos.

**TRANSPORTE Y ENERGÍA**

Otro tema estrella en sostenibilidad ya que son las dos principales fuentes de emisiones de CO2. Hoy en día es muy sencillo contratar distribuidoras que únicamente comercialicen energía eléctrica proveniente de fuentes renovables. En cuanto al transporte, merece la pena revisar si en nuestro día a día podemos sustituir medios de transporte más contaminantes (coche privado) por otros menos: autobús, bicicleta, coche compartido, vehículos eléctricos, etc.

**NECESIDAD**

Como consumidores, debemos valorar y detenernos a reflexionar en si aquello que vamos a adquirir es realmente una necesidad o si, por contrario, podemos prescindir de ello o hallar una alternativa de origen más sostenible.



Como profesional el entorno laboral representa casi un tercio de nuestro día a día, por ese motivo, ¿qué mejor lugar para adoptar prácticas que nos lleven a un desarrollo más sostenible?

INVOLUCRARSE EN INICIATIVAS Y/O PROMOVERLAS

La gran mayoría de prácticas que se llevan a cabo en la vida privada son fácilmente trasladables al marco de una empresa. En MAPFRE se llevan a cabo gran cantidad de iniciativas, infórmate, únete a ellas y promuévelas entre el resto de compañeros. Para estar al corriente de las actividades, no dejes de visitar la Intranet corporativa.

**TANTO EN CASA****COMO EN EL TRABAJO**

Ten en cuenta que la mayoría de buenas prácticas que realizas en tu ámbito personal son fácilmente trasladables al profesional, ¡y viceversa!

**DENUNCIAR SI SE VE ALGUNA PRÁCTICA IRRESPONSABLE**

No toleremos conductas irresponsables en nuestra empresa y vigilemos por el cumplimiento de las normas éticas, laborales o medioambientales.

**VOLUNTARIADO**

Pese a que ya se ha mencionado en un apartado anterior, merece la pena recalcar que en MAPFRE se ofrecen grandes posibilidades de voluntariado por la implicación que la compañía tiene en esta materia. Si no lo has hecho ya, visita <https://voluntariosfundacionmapfre.org> para saber en qué actividad de tu país puedes participar.

Voluntarios de MAPFRE ayudan a preparar y repartir comida en un comedor social.

Estos ejemplos, no son lo único que puedes hacer, ni mucho menos. Infórmate en fuentes fiables, adopta nuevas rutinas sostenibles y compártelas con tus círculos!

Vencer la resistencia al cambio

En definitiva, cualquier cambio que se quiera realizar va a suponer un esfuerzo, no solo por el mero hecho del cambio de rutina sino también porque adoptar prácticas o conductas sostenibles puede implicar, en ocasiones, renunciar a nuestra comodidad. Entonces, ¿qué gano yo con ello? La respuesta es futuro, se gana en futuro. Como hemos comentado al inicio, la sostenibilidad tiene que ver con equilibrio perdurable. Abandonar conductas centradas en la comodidad del corto plazo y centrarse en el largo plazo, en el futuro, es ser sostenible. Y ya no solo por las generaciones futuras, sino por uno mismo, ya que con la esperanza de vida actual, en el largo plazo nosotros vamos a estar aún ahí y queremos poder seguir viviendo de la mejor manera posible.



#YOMEODSEO

El 25 de septiembre de 2015, como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible, distintos líderes mundiales se fijaron una serie de objetivos encaminados a ERRADICAR LA POBREZA, PROTEGER EL PLANETA Y ASEGURAR LA PROSPERIDAD.

MAPFRE, involucrada desde el primer momento en la consecución de estas metas, se ha sumado durante el mes de septiembre a la celebración del 4º aniversario de este acuerdo. Entre las iniciativas en las que hemos participado, se encuentra la campaña #ODSÉATE, promovida por el Alto Comisionado para la Agenda 2030 del gobierno de España como llamada a la acción para amplificar este mensaje en favor de un futuro sostenible. Así, **MAPFRE adoptó en sus perfiles**

de redes sociales y en sus comunicaciones la imagen de la campaña, difundiendo diversos contenidos divulgativos sobre los ODS, con especial incidencia en aquellos en los que más impacta la acción de la compañía.

Del mismo modo, **invitó a sus grupos de interés**, con especial incidencia en los empleados, a **_ODSEARSE_**, conjugando en primera persona este nuevo verbo en español para compartir en redes su compromiso personal con los ODS a través de fotos y vídeos con el hashtag **#YOMEODSEO**.



REUTILIZAR COMERCIO JUSTO

ENERGÍAS RENOVABLES ODS FUTURO

RESPONSABILIDAD CAMBIO EDUCACIÓN

COLABORACIÓN IMPLICACIÓN





VISITA
NUESTRA
EDICIÓN
DIGITAL

Una apuesta en firme por la inversión socialmente **RESPONSABLE**

TEXTO **DANIEL BADÍA** | FOTOGRAFÍAS **MAPFRE, ISTOCK**

En 1965, Bob Dylan escribió sobre un papel la letra de una canción, *Like a Rolling Stone*, que a día de hoy sigue siendo el tema central de sus conciertos.

También MAPFRE escribió en sus Estatutos en junio de ese mismo año, es decir, hace más 54 años, el que sigue siendo el tema central del negocio y de sus sucesivos planes estratégicos: la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), que ha ido evolucionando hacia un concepto más general como es la sostenibilidad y que es el que se usa en la actualidad. “La sostenibilidad está en el ADN de la compañía”, señala Alberto Matellán, economista jefe de MAPFRE Inversión.



MAPFRE asume el impacto que genera su actividad mercantil en el entorno y en la sociedad, y tanto su política como su plan de sostenibilidad facilitan la integración en el negocio de los aspectos de buen gobierno, sociales y medioambientales. Y esta filosofía empezó a aplicarla también en el ámbito de las inversiones.

Como explica Matellán, el grupo lanza su apuesta por la Inversión Socialmente Responsable hace dos años, poco después de la llegada al grupo de José Luis Jiménez, director general de Inversiones. Es a partir de entonces cuando se pone en marcha una gama de productos que se enmarcan en el compromiso de MAPFRE con un modelo de creación de valor sostenible.

En este sentido, la compañía acaba de anunciar el lanzamiento, junto a la boutique de gestión de activos gala La Financière Responsable (LFR), del MAPFRE Inclusión Responsable, un fondo de inversión cuyo objetivo es invertir en empresas que promueven la inclusión de personas con discapacidad. Es el primer activo que se lanza en el mundo con estas características. Como señala Matellán, este fondo cuenta ahora mismo con poco más de 20 compañías en cartera, con las que se han mantenido previamente conversaciones individuales para su selección. “La idea es que no haya más de 30 valores”, añade.



ALBERTO MATELLÁN, ECONOMISTA JEFE DE MAPFRE INVERSIÓN, HA GESTIONADO EL LANZAMIENTO, JUNTO A LA BOUTIQUE DE GESTIÓN DE ACTIVOS GALA LA FINANCIÈRE RESPONSABLE (LFR), DEL MAPFRE INCLUSIÓN RESPONSABLE, UN FONDO DE INVERSIÓN CUYO OBJETIVO ES INVERTIR EN EMPRESAS QUE PROMUEVEN LA INCLUSIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

La finalidad del fondo es demostrar empíricamente que la inclusión de las personas con discapacidad en las empresas es rentable. De hecho, la simulación histórica que ha realizado el equipo gestor del fondo pone de manifiesto que, en los últimos cinco años, la cartera de empresas seleccionadas por su promoción de la inclusión sería cuatro veces más rentable que el mercado en su conjunto.

La promoción de la inclusión es una política que la propia MAPFRE persigue activamente. La empresa cuenta con 902 empleados con discapacidad trabajando en el Grupo, lo que representa el 2,5% del total de la plantilla mundial. Para el 2021, la compañía se ha fijado el compromiso público de que, al menos, el 3% de la plantilla a nivel mundial sean personas con discapacidad.

Además de este producto, que por ahora se comercializa exclusivamente en Francia, MAPFRE ha lanzado dos fondos más que cumplen con criterios ambientales, sociales

y de gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés). En 2017 se lanzó el Good Governance Fund, un fondo de inversión que combina la inversión en valor y el buen gobierno corporativo. Este proyecto nació de las colaboraciones externas que mantiene MAPFRE con universidades para hacer investigaciones que apoyen las inversiones del grupo. En concreto, la Universidad de Siena y la Cranfield School of Management realizaron dos estudios que ponían de manifiesto que

la inversión en empresas socialmente responsables y con buen gobierno corporativo es más rentable en el largo plazo.

Y en octubre del año pasado, MAPFRE anunció el fondo de inversión Capital Responsable. Invierte en acciones y títulos de renta fija de compañías europeas seleccionadas basándose en sus cualidades ESG, con una estrategia que pone el foco en la preservación de capital.

Como explica Matellán, para la selección de los valores que configuran las carteras de los diferentes fondos se realiza un análisis a priori y otro a posteriori. Para el primero, se cuenta con la ayuda del equipo de LFR, de la que tiene el 25% del capital desde 2017. “Nuestra relación con nuestros socios franceses nos permite contar con una fuente de información propia para la selección de valores, algo diferencial respecto al resto de competidores”, añade el economista jefe de MAPFRE. Una vez realizada esta selección de compañías que conforman la cartera, dentro de los productos exclusivamente de renta variable, se hace un seguimiento periódico y se realiza un informe que se eleva al Comité de Riesgos.

En definitiva, se trata de una gestión activa y dinámica, pero como apunta Matellán esto no significa que haya mucha rotación de la cartera. “Es activa en el sentido de que se aleja de los índices más de lo normal. No hay mucha rotación porque

ADEMÁS DE LA GESTIÓN DEL AHORRO DE SUS CLIENTES MEDIANTE FONDOS DE PENSIONES Y DE INVERSIÓN, **EL GRUPO REALIZA INVERSIONES POR IMPORTE DE**

53.172

MILLONES DE EUROS, SEGÚN LOS ÚLTIMOS DATOS A CIERRE DEL PRIMER SEMESTRE DE 2019.

EL 56% DE LA INVERSIÓN

29.992

MILLONES DE EUROS CORRESPONDE A DEUDA SOBERANA

MIENTRAS QUE EL 18%

9.370

MILLONES DE EUROS ESTÁN EN RENTA FIJA CORPORATIVA

EL 5% EN RENTA VARIABLE

2.559

MILLONES DE EUROS

Y EL 3%

1.465

MILLONES DE EUROS EN FONDOS DE INVERSIÓN.

se busca que sean compañías estables”, aclara.

La aplicación de esta inversión socialmente responsable no se plasma sólo en estos productos de inversión, MAPFRE quiere ir trasladándolo poco a poco a todo el balance. Además de la gestión del ahorro de sus clientes mediante fondos de pensiones y de inversión, el Grupo realiza inversiones por importe de 53.172 millones de euros, según los últimos datos a cierre del primer semestre de 2019. El 56% de la inversión (29.992 millones de euros) corresponde a deuda soberana, mientras que el 18% (9.370 millones de euros) están en renta fija corporativa, el 5% en renta variable (2.559 millones de euros) y el 3% (1.465 millones de euros) en fondos de inversión. Precisamente, debido al peso que tiene la inversión en renta fija, se está incorporando una metodología dentro del área de Asset Management (AM) para asegurarse a su vez de que esas inversiones se realicen bajo criterios socialmente responsables.

Traslado al balance

Pero no sólo ese compromiso de MAPFRE se manifiesta en el diseño de productos que cumplan con estos requisitos. En mayo de 2017, la compañía se adhirió a la red mundial de signatarios de los Principios de Inversión Responsable, una iniciativa en colaboración con el Pacto Mundial de la ONU, que tiene como objetivo entender el impacto que las

cuestiones ambientales, sociales y gubernamentales tienen en las inversiones, y asesorar a los signatarios para integrar estos asuntos en su toma de decisiones. MAPFRE ya era desde 2004 firmante del Pacto Global de la ONU y como entidad aseguradora está adherida igualmente a los principios de seguro sostenible desarrollados por Naciones Unidas.

Más recientemente, en mayo de este año, MAPFRE se incorporó como socio a SpainSIF, organización sin ánimo de lucro que es un punto de referencia para todas las entidades financieras en materia de inversión sostenible y responsable en España. En este sentido, la compañía clausuró la Semana de la ISR 2019, una serie de eventos que se realizan en distintas ciudades de España con el objetivo de tratar temas relacionados con la inversión sostenible y responsable y los criterios ESG en la toma de decisiones de inversión.

La misión de SpainSIF es fomentar, de hecho, la integración de criterios ambientales, sociales y de buen gobierno en las políticas de inversión mediante el diálogo con los diferentes grupos sociales, contribuyendo al desarrollo sostenible, así como concienciar e impulsar cambios en los procesos de inversión en la comunidad inversora, las Administraciones Públicas, las empresas y la ciudadanía en general.

EN MAYO DE 2017, LA COMPAÑÍA SE ADHIRIÓ A LA RED MUNDIAL DE SIGNATARIOS DE LOS PRINCIPIOS DE INVERSIÓN RESPONSABLE, UNA INICIATIVA EN COLABORACIÓN CON EL PACTO MUNDIAL DE LA ONU, QUE TIENE COMO OBJETIVO ENTENDER EL IMPACTO QUE LAS CUESTIONES AMBIENTALES, SOCIALES Y GUBERNAMENTALES TIENEN EN LAS INVERSIONES, Y ASESORAR A LOS SIGNATARIOS PARA INTEGRAR ESTOS ASUNTOS EN SU TOMA DE DECISIONES



Claro compromiso

MAPFRE es, por tanto, un grupo comprometido con el desarrollo sostenible y, en especial, con la protección de las personas y con la lucha contra el cambio climático. El grupo acaba de aprobar el Plan de Sostenibilidad 2019-2021 donde, entre otras acciones, la compañía dejará de invertir en empresas eléctricas en las que más del 30% de sus ingresos provenga de energía producida a partir del carbón. Asimismo, tampoco se va a asegurar la construcción de nuevas plantas de generación eléctrica que funcionen con carbón, ni la explotación de nuevas minas de este mineral.

Este compromiso tiene su reconocimiento internacional. Por ejemplo, el grupo FTSE Russell acaba de anunciar que MAPFRE vuelve a figurar un año más en el FTSE4Good, índice integrado por compañías que destacan por sus buenas prácticas en Responsabilidad Social Corporativa (RSC). El FTSE4Good es uno de los barómetros internacionales más importantes para medir, precisamente, el desempeño de las empresas en materia de sostenibilidad y RSC. Y

esto se suma a la entrada el año pasado en el índice Dow Jones Sustainability Index, en el que figuran las 317 compañías más sostenibles, de acuerdo con criterios económicos, medioambientales y sociales. La sostenibilidad es, por tanto, el principal constituyente de la genética de la compañía.





VÍDEO
EN
NUESTRA
EDICIÓN
DIGITAL

INFORMACIÓN DE VALOR A TU ALCANCE EN EL **CENTRO DE DOCUMENTACIÓN**

TEXTO RAÚL GONZÁLEZ BENEYTO | IMAGEN ISTOCK



«Raúl, ¿puedes conseguirme por favor el último informe publicado sobre el Seguro de Hogar? ¿Me podrías buscar algo sobre jubilación en Chile? ¿Puedo descargar este artículo para leerlo?» Estas son algunas de las preguntas que llegan a diario al Centro de Documentación de Fundación MAPFRE y que son resueltas de forma rápida y precisa por el equipo de documentalistas que lo gestiona.

Especializado en Seguros, Gerencia de Riesgos y Previsión Social, el Centro de Documentación de Fundación MAPFRE ofrece a la sociedad un servicio de consultas de información que se responden en un plazo máximo de 48 horas. Gran parte de los fondos están disponibles en formato digital gratuito y de libre acceso por la red. Además, este gran centro documental ofrece a sus usuarios la posibilidad de consultar in situ todas las publicaciones editadas por Fundación MAPFRE.

Lo habitual en un día normal de trabajo en el Centro de Documentación, ubicado en Madrid, es recibir consultas de usuarios que necesitan documentos concretos, o que solicitan que los documentalistas que allí trabajan localicen material relacionado con un determinado tema y lo más común es que estas peticiones sean de profesionales, estudiantes e investigadores del sector Seguros. Por supuesto muchos de ellos son empleados de MAPFRE que piden ayuda para conseguir información de valor para su trabajo, no solo de España sino de todos los países en los que opera MAPFRE.

Nuestro carácter internacional pone a disposición del usuario la página web www.fundacionmapfre.org/documentacion en español, inglés y portugués. Gran parte de la documentación especializada se encuentra

EL DÍA A DÍA DE UN DOCUMENTALISTA DEL CENTRO DE DOCUMENTACIÓN DE MAPFRE SUPONE RESPONDER CON CELERIDAD A LAS CONSULTAS, REALIZAR LAS LISTAS DE DISTRIBUCIÓN, GESTIONAR LA ADQUISICIÓN DE NUEVOS DOCUMENTOS, ORGANIZAR EL BOLETÍN MENSUAL Y, SOBRE TODO, DAR SERVICIO —GRATUITO— A LOS USUARIOS



en estos idiomas ya que se mantiene la lengua original del documento.

Mediante el correo electrónico centrodocumentacion@fundacionmapfre.org o a través del formulario de contacto que está en la web se pueden hacer llegar las necesidades concretas de información.

Los empleados del grupo MAPFRE tienen un valor añadido con respecto a los usuarios externos que acceden a través del Catálogo Web, y es que, si se accede a través de la Intranet Global <https://intranet.mapfre.net/emp/es-es/Paginas/HomeV2.aspx> (en la pestaña PERSONAS) y/o a través del enlace <http://wmapfre.es.mapfre.net/documentacion> podrán acceder de forma directa y descargarse mucho del contenido digital que hay en el Centro de Documentación.

También tienen otra mejora con respecto al resto de usuarios y es que pueden suscribirse a las novedades que se incluyen periódicamente en la base de datos. Si acceden a la página del Centro de Documentación

registrados a través de los enlaces anteriores, pueden suscribirse en la sección “Mi Biblioteca” y les llegará un correo con las últimas incorporaciones al catálogo.

Día a día, se realiza la búsqueda y lectura de la documentación, se selecciona y se realiza un filtro para después incorporar al catálogo, donde ya hay más de 150.000 referencias disponibles. Lo

habitual es catalogar informes recientemente publicados, libros adquiridos, rankings del sector o artículos de revistas a las que el Centro de Documentación está suscrito. Título, autor, resumen y materias son básicos y esenciales a la hora de catalogar puesto que facilitan la posterior búsqueda por parte de los usuarios.

También es posible consultar y hacer solicitudes desde la aplicación móvil del Centro de Documentación “Biblioteca FM” que está disponible para Android o IOS desde la página https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/apps/seguros.jsp

El boletín mensual de las novedades recoge una selección de los documentos más relevantes incorporados en el último mes, son los “Imperdibles del Centro de Documentación”. Para los empleados de MAPFRE También es posible colaborar publicando algún artículo de interés dentro de la sección “Colaborador especial”. Para recibir el Boletín Mensual hay que inscribirse en el formulario https://fundacionmapfre.force.com/area/UC_Ver_Formulario?form=novedades_cdoc

LOS EMPLEADOS DEL GRUPO MAPFRE PUEDEN ACCEDER AL CATÁLOGO DE FORMA DIRECTA A TRAVÉS DE LA INTRANET GLOBAL Y DESCARGAR EL CONTENIDO DIGITAL QUE HAY EN EL CENTRO DE DOCUMENTACIÓN

100.900

ARTÍCULOS DE REVISTAS

20.800

LIBROS

8.000

DISPOSICIONES LEGISLATIVAS DE SEGURIDAD DE ÁMBITO AUTONÓMICO, NACIONAL Y EUROPEO

3.200

RANKING DE SEGUROS Y FINANCIEROS

1.800

DISPOSICIONES LEGISLATIVAS DE SEGUROS DE ÁMBITO AUTONÓMICO, NACIONAL Y EUROPEO

675

ENLACES A PÁGINAS WEB

410

SUMARIOS DE REVISTAS

Otra sección muy visitada y útil para recabar información sobre un tema concreto es la de bibliografías recomendadas que están disponibles en https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/centro-documentacion/bibliografias/.

Pero también es posible suscribirse a la lista de distribución. Estar en esta lista tiene la ventaja de la inmediatez, en cuanto llega el informe se envía. Los empleados que deseen formar parte de esta lista pueden escribir al correo centrodocumentacion@fundacionmapfre.org

Otro servicio muy valorado es el de la gestión de compras, que se realiza en colaboración con el Área Corporativa de Compras y Medios con el asesoramiento y colaboración del Centro de Documentación.

Si, previa consulta en el catálogo web, un usuario no localiza un libro o revista concretos puede hacer su petición al Centro y esto permite, por un lado, centralizar toda la contratación de publicaciones en un único punto, y por otro, racionalizar al máximo las compras evitando duplicidades en las adquisiciones.



¿ERES DOCUMENTALISTA? ¿HACES DOCUMENTALES?



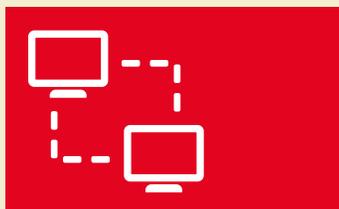
El equipo del Centro de Documentación te ayuda en tus búsquedas. De izquierda a derecha, Laura García, Carmen Cejas, Paloma Gómez-Luengo y Raúl González

Los profesionales que trabajan en el Centro de Documentación están acostumbrados a escuchar estas preguntas cuando mencionan su profesión.

Pero no... no hacen documentales. Según la Real Academia Española **un documentalista es, además del que hace documentales, el Especialista en documentación (disciplina).**

Y documentación es, según también la RAE, la Disciplina que se ocupa de la recopilación, organización y gestión de documentos o datos informativos.

INFORMACIÓN PRÁCTICA



Acceso a través de la Intranet Global

<https://intranet.mapfre.net/emp/es-es/Paginas/HomeV2.aspx> (en la pestaña PERSONAS) y/o a través del enlace <http://wmapfre.es.mapfre.net/documentacion>

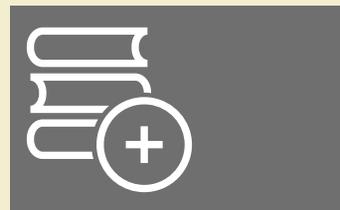


Descarga la Aplicación móvil "Biblioteca FM", disponible para Android o IOS desde la página https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/apps/seguros.jsp



Suscripción la Boletín Mensual de Novedades a través del formulario

https://fundacionmapfre.force.com/area/UC_Ver_Formulario?form=novedades_cdoc



Consulta las Bibliografías Recomendadas

https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/centro-documentacion/bibliografias/



Suscribirse a la Lista de Distribución a través del correo

centrodocumentacion@fundacionmapfre.org



Acceso a nuestra Sala de Lectura presencial mediante cita previa a través del correo electrónico

centrodocumentacion@fundacionmapfre.org

Nos encontramos en
Fundación MAPFRE
Centro de Documentación
Paseo de Recoletos, 23
28004 Madrid

LAS COMUNIDADES SON CLAVE EN #RETODIGITAL

Para el equipo que desarrolla la intranet global, las comunidades son parte fundamental de la transformación digital, pues facilitan el trabajo en equipo y la gestión del conocimiento. Permiten —como en el caso de la comunidad Agile— lanzar preguntas a un colectivo de expertos, resolver dudas y ampliar conocimientos sobre una temática concreta. Proporcionan una mayor agilidad a sus participantes, dotándoles de una visión periférica de, por ejemplo, un proyecto y sus tareas, al centralizar las conversaciones y la documentación en un único espacio, reduciendo el uso desmedido que hacemos del correo electrónico. Sin embargo, no todo es de color de rosa... Cambiar conductas siempre ha representado un esfuerzo, y las comunidades

Equipo de implantación de la metodología Agile. De izquierda a derecha, Andrea García, Fernando Cano y Cristina Pérez.

Equipo de la Intranet Global. De izquierda a derecha, David Rubio, Mónica Solaun, Mercedes Domínguez y Pablo Gutiérrez.

no iban a ser una excepción. Desde la iniciativa, creemos en el beneficio que reportan para la mejora de la productividad y la eficiencia en el puesto de trabajo. Evolucionar y seguir creciendo, es responsabilidad de todos. **¿Contamos contigo? Si quieres saber más al respecto, no dudes en visitar el blog de ANE en la intranet global.**

UNA HERRAMIENTA IDEAL

Como nos cuenta Cristina Pérez Carretero, miembro del equipo que lidera la implantación de la metodología Agile, “la comunidad nos está ayudando a compartir y difundir esta metodología y sus principios fundamentales. Por su lado los desafíos, los retos y la gamificación están resultando ser unas herramientas ideales, útiles, ágiles y dinámicas para propagar y compartir dichos conocimientos”.



DESAFÍATE CON ARQUIAGILE

El pasado mes de mayo las comunidades —los espacios colaborativos virtuales para interactuar con otras personas— de las metodologías Agile y Arquitectura pusieron en marcha los desafíos en ARQUIAGILE.

¿En qué consisten? Son una serie de pruebas (desafíos), para las que no se necesitan conocimientos previos, que persiguen un logro y ponen a prueba vuestra agilidad con el objetivo de profundizar, compartir y fomentar el conocimiento que tenemos en MAPFRE sobre temas relativos a Agile y Arquitectura. Ambas comunidades creen firmemente que pueden llegar a aportar conocimientos enriquecedores.

Uno de los desafíos ha consistido en escribir un artículo original, inédito y aplicable a MAPFRE sobre la metodología Agile.

Durante los próximos números de nuestra revista *El mundo de MAPFRE* compartiremos contigo los tres mejores artículos. Puedes leer el primero, “Ser o no ser... Agile” de Antonio Crespo García, coordinador de Servicios de Tecnología TI Personas, en las páginas 48 y 49.

¡BUSCA EN LA INTRANET GLOBAL LAS COMUNIDADES DE ARQUITECTURA Y AGILE!

Fernando Cano, responsable de equipo de tecnología, nos presenta el primer artículo ganador del Desafío Agile: “Agile no es sólo un *framework* o proceso, para conseguir ser ágiles tenemos que conseguir ser innovadores y abrazar el cambio, debemos entenderlo como un proceso distinto al tradicional, con mejoras continuas y una disciplina mayor, comunicación fluida y mejora constante... En este primer artículo ganador del Desafío Agile veremos varios conceptos, terminología, su relación con transformación digital y la experiencia de aplicación en su proyecto, en definitiva, responde a ¿Ser Agile o no ser Agile? ¿Quieres ser Agile?”

SER O NO SER... AGILE

TEXTO ANTONIO CRESPO GARCÍA | FOTOGRAFÍAS MAPFRE, ISTOCK



El mundo actual en que nos encontramos se caracteriza por la volatilidad, la incertidumbre, la complejidad y la ambigüedad. En este escenario, las organizaciones están constantemente adaptándose ante esta realidad cambiante

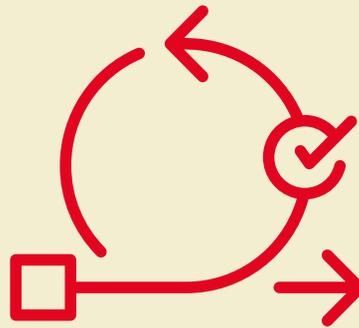
La mayoría de las empresas están inmersas en un proceso de transformación que les lleve a tener esa capacidad de adaptación donde además la tecnología juega un papel protagonista en la mayoría de los casos, de ahí que el tan manido término de TRANSFORMACIÓN DIGITAL se ha apoderado de los planes estratégicos y/o portafolios de proyectos de cualquier empresa de renombre que se precie.

Dentro de esta carrera de transformación, aparecen los comportamientos que pueden llevar al éxito para conseguirlo, sin ir más lejos, en nuestra propia organización, el termino **agiliza** está definido como uno de los tres comportamientos en los que se ha definido que debemos poner el foco como empleados.

Pero... ¿qué es esto del “AGILE”? ¿Es una metodología novedosa que nos resuelve todos nuestros problemas? Lejos de equivocarnos, podemos afirmar que ni es una metodología, ni es tan novedosa, ni por supuesto resuelve todos los retos organizacionales que

NO HAY NADA MÁS SEGURO E INMUTABLE QUE LA INCERTIDUMBRE Y EL CAMBIO

John F. Kennedy



AGILE ES UNA FILOSOFÍA QUE NACE CON EL OBJETIVO DE SIMPLIFICAR LA COMUNICACIÓN Y ACELERAR LOS PROCESOS DE ENTREGA DE UN PRODUCTO

SER AGILE ES ABRAZAR EL RITMO DE INNOVACIÓN Y CAMBIO, ENTENDIÉNDOLO COMO PARTE DE LA REALIDAD INCIERTA EN LA QUE NOS MOVEMOS

SER AGILE ES UN CAMBIO DE MENTALIDAD QUE AFECTA LA FORMA EN QUE TRABAJA CADA PERSONA EN LA ORGANIZACIÓN

puedan existir. No obstante: Agile es una filosofía que nace de un manifiesto desarrollado por diecisiete profesionales del software a partir de cuatro valores clave, con el objetivo de simplificar la comunicación y acelerar los procesos de entrega de un producto anteponiendo:

- Personas e interacciones sobre procesos y herramientas.
- *Software* funcional sobre documentación exhaustiva.
- Colaboración con el cliente sobre relación contractual.
- Respuestas ante los cambios sobre el cumplimiento un plan.

Ser agile NO va de ser ni necesariamente más rápido ni más barato. Ser ágil SÍ va de generar valor, de generarlo cuanto antes, de manera sostenida y poniendo a tu cliente en el centro de tus decisiones.

Ser agile NO es solo hacer SCRUM (desarrollo de *software*), ni hacer SCRUM es necesariamente ser agile.

Ser agile NO es elaborar una planificación detallada al inicio de un proyecto de larga duración donde seguramente exista mucha incertidumbre que resolver por el camino. Ser agile SÍ es abrazar el ritmo de innovación y cambio, entendiéndolo como parte de la realidad incierta en la que nos movemos.

Ser agile NO es seguir una nueva metodología y cumplir con los eventos, roles, artefactos que ahí se describen. Ser agile SÍ es vivir en el día a día con valores tales como respeto, compromiso, foco, franqueza o coraje y esto es un reto cuanto menos exigente para cualquier persona, empleado y/o equipo que quiera experimentarlo.

Ser agile NO es llamar a las mismas cosas de diferente manera y en otro idioma porque suene mejor. Ser agile SÍ es un cambio de mentalidad que afecta la forma en que trabaja cada persona en la organización, ya que si el enfoque fuese únicamente sustituir una forma de hacer las cosas de manera tradicional por otra más ágil, el fracaso estaría asegurado y además los más escépticos tendrían identificada la causa del fracaso: “La agilidad no funciona” y efectivamente resultará muy complicado que la agilidad pueda funcionar en ninguna organización si no se entiende que requiere de un cambio de mentalidad de las personas, y que son estas quienes lo harán o no posible en base al proceso transformacional que sean capaces de vivir y/o experimentar.

Ser agile NO es subirse al carro de la moda y copiar la metodología de Spotify o cualquier otra porque otros la tienen. Ser agile SÍ es entender

qué tipo de compañía eres, dónde estás y, a partir de un marco de trabajo, explorar las posibilidades de aprendizaje, evolución y adaptabilidad de la compañía.

En caso de querer copiar un modelo existente se podría caer en el denominado *cargo cult*, una práctica ritual que adoptó la población del pequeño país insular del Pacífico Sur Vanuatu en los años 40 tras la llegada a las islas de los soldados estadounidenses por aire y mar. Los marines establecieron una base en el archipiélago durante la Segunda Guerra Mundial. Para ello, reclutaron a los nativos como mano de obra para la construcción de hangares, pistas de aterrizaje, carreteras, puentes... pero lo que más llamaba la atención de los nativos era lo que los estadounidenses llamaban *cargo* (cargamento) y que ellos interpretaban como la generosidad del cielo y sus dioses por volver a los antiguos rituales. *Cargo* eran los suministros en forma de cajas llenas de ropa, tiendas de campaña, armas, herramientas, alimentos enlatados, medicamentos, *Coca-Cola*, etc. que los aviones traían en sus panzas.

Tal como llegaron, y sin previo aviso, los estadounidenses se marcharon y dejaron de llegar los suministros del cielo. Los nativos pensaron

que no había problema, habían estado observando a los estadounidenses en sus **rituales de convocatoria** para que llegasen los regalos del cielo y ellos copiarían esos rituales: limpiaron el terreno para las pistas de aterrizaje, construyeron con madera una torre de control, antenas de bambú y se situaron en la pista de aterrizaje imitando las señales que los estadounidenses hacían cuando llegaban los aviones. La sorpresa para ellos vino, como os podéis imaginar, cuando comprobaron que, aunque habían calcado el proceso de los americanos, no eran capaces que del cielo cayese ningún cargamento “divino”.

Y para ti, ¿Qué significa ser agile? ¿preferir hacer agile o ser agile? ¿Por dónde empezamos?



El liderazgo de los ejecutivos del IBEX 35 traducido en *followers y likes*

TEXTO ISABEL GARBISU | IMÁGENES ISTOCK

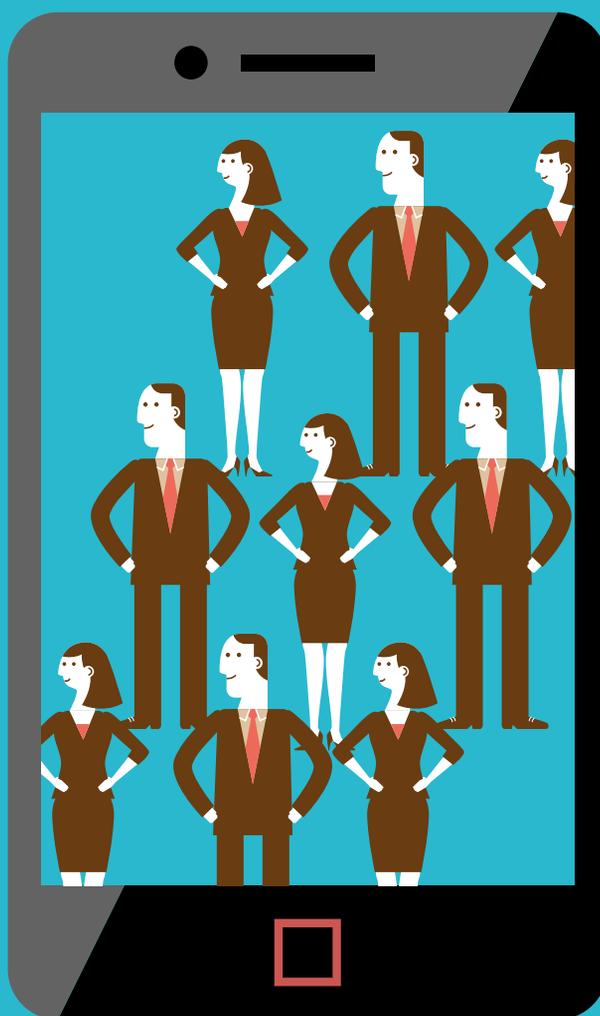


VISITA
NUESTRA
EDICIÓN
DIGITAL



Es algo innegable que las redes sociales se han convertido en una herramienta más dentro del mundo empresarial. Su buen uso puede ayudar a comunicar la marca a un abanico amplio de personas o, simplemente, acercarnos al cliente de una manera más personal. Este es el caso del presidente de MAPFRE, Antonio Huertas, quien, a través de su cuenta de Twitter, comparte personalmente tanto contenido del Grupo, como de sus propios sus propias aficiones e intereses.

Esta oportunidad de comunicar directamente con la sociedad es una de las razones que le han llevado a situarse entre entre los cuatro ejecutivos del IBEX 35 más relevantes en cuanto a actividad en redes sociales.



17.300 seguidores. Una cifra que, en la actualidad, se traduce a influencia en el mundo digital. **Antonio Huertas** cuenta con este gran número de *followers* (seguidores) en su cuenta de Twitter donde, según recoge el estudio *Presencia de las empresas del IBEX 35 en el entorno digital* elaborado por la agencia Estudio de Comunicación en colaboración con el diario español *El País*, se afianza como uno de los directivos que más fomenta la conversación en torno a su compañía, citándola en varias ocasiones y generando contenido.

El pasado julio se presentó el informe completo donde el presidente de MAPFRE tuvo la oportunidad de mantener una conversación con **Miguel Jiménez**, director del periódico económico *Cinco Días* y subdirector de economía de *El País*. Durante el encuentro, Antonio Huertas mostró, una vez más, la importancia que tienen estos canales de comunicación para transmitir los valores de la empresa así como su capacidad para relacionarse con las personas.

Huertas concibe las redes sociales como un espacio para conversar sobre los asuntos que importan, por eso ha tratado de animar a que otros líderes influyentes participen en la defensa del mundo en el que creen. Como ha reconocido, él habla de los temas que le

“NO SE TRATA DE REDES SOCIALES, SINO DE PERSONAS”

“LAS REDES SOCIALES SON UNA OPORTUNIDAD ÚNICA PARA RELACIONARNOS CON NUESTROS PÚBLICOS Y PARA SER CONSCIENTES DE AQUELLO QUE HAY QUE MEJORAR. NO PODEMOS PONER NOS EN MODO OFF CUANDO NOS DICEN ALGO NEGATIVO, HAY QUE GESTIONARLO Y TOMAR NOTA”

Antonio Huertas

TOP 5 CEO MÁS INFLUYENTES DEL MUNDO

1. BILL GATES

@BILLGATES, (MICROSOFT)

31.500.000

2. RICHARD BRANSON

@RICHARDBRANSON, (VIRGIN GROUP)

8.689.171

3. ELON MUSK

@ELONMUSK, (TESLA MOTORS)

5.700.000

4. JACK DORSEY

@JACK (TWITTER)

3.900.000

5. ARIANA HUFFINGTON

@ARIANNAHUFF, (HUFFINGTON POST MEDIA GROUP)

2.536.000

interesan, como sostenibilidad, transformación, innovación y trata de contribuir con esta conversación en el desarrollo de las personas y las sociedades en las que MAPFRE está presente.

El informe dice que...

El 22,9% de los presidentes de las empresas del Ibex 35 y el 17,2% de los consejeros delegados tienen ya 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 figura en la cuarta posición en cuanto a presidentes de empresas del Ibex 35 más activos en redes sociales.

Ana Botín (Santander), **José María Álvarez-Pallete** (Telefónica), **Jordi Sevilla** (Red Eléctrica Española) y **Antonio Huertas** son los presidentes que encabezan este ranking.

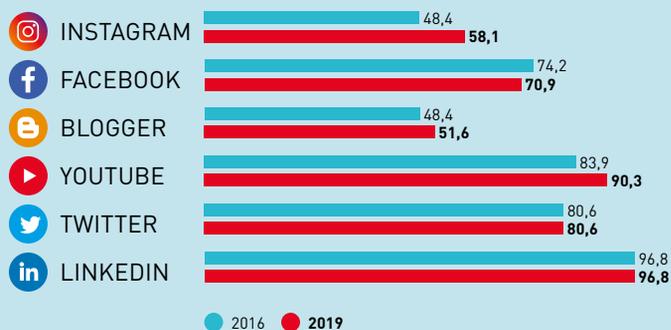
“**Los cuatro perfiles publican y retuitean informaciones relativas a sus compañías, enlazan artículos sobre el sector en el que operan y elaboran contenido de redacción propia sobre las acciones que desarrolla la empresa**”, señala este informe.

MAPFRE también encabeza, junto con Banco Sabadell, Naturgy, Caixabank y Cellnex el listado de empresas con mayor número de *tuits* o *retuits* con contenido corporativo.



PRESENCIA DE LAS EMPRESAS DEL IBEX 35 EN LAS REDES SOCIALES COMPARATIVA DE USO DE REDES SOCIALES

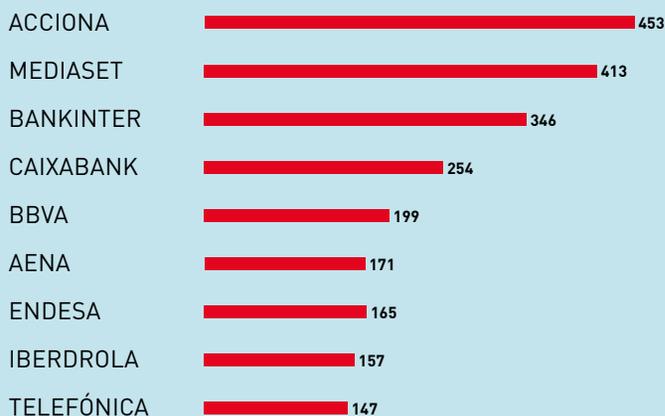
Entre 2016 y 2019 (en %)



NÚMERO DE PUBLICACIONES CORPORATIVAS EN TWITTER POR ENCIMA O IGUAL DE LA MEDIA

Entre el 2 de abril y el 16 de mayo

Fuente: Estudio de Comunicación y *El País*



VENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES CORPORATIVAS

Fuente: Estudio de Comunicación y *El País*

IMPULSA LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA EMPRESA:

- ▶ PERMITE LA PARTICIPACIÓN DE TODOS EN UN MISMO NIVEL.
- ▶ PERMITE COMPARTIR EL TALENTO DE LOS TRABAJADORES Y AUMENTA EFECTIVIDAD: COMPARTIR Y ESCUCHAR OPINIONES, PERMITE ELEGIR MEJORES IDEAS Y SOLUCIONES.
- ▶ AUMENTA LA MOTIVACIÓN: LA GENTE SIENTE QUE LA ESCUCHAN Y LA VALORAN.
- ▶ LOGRA MAYOR VINCULACIÓN CON LA EMPRESA: MAYOR RELACIÓN, SENTIMIENTO DE PERTENENCIA INCLUSO CON EQUIPOS QUE NO SE CONOCEN.
- ▶ RETENCIÓN DE TALENTO: PODRÁN EXPONER SU TALENTO Y LOS DIRECTIVOS ESTAR CONSCIENTE DE ELLOS.

LA PRESENCIA DE MAPFRE EN REDES

 @MAPFRE, **44.7K**

 @MAPFRE, **16.2K**

 @MAPFRE, **252.5K**



semana MAPFRE

TEXTO MARÍA JESÚS PÉREZ FUENTES | IMÁGENES MAPFRE

de la salud a la diversidad

La Semana MAPFRE, proyecto liderado por el Área Corporativa de Personas y Organización, es un evento único para cuidar la salud y el bienestar, reflejo de nuestro compromiso y valores, y que este año, como novedad, ha incorporado la diversidad como una de las temáticas de la iniciativa.



VISITA NUESTRA
EDICIÓN DIGITAL PARA
VER LOS **VÍDEOS**
DE LA SEMANA MAPFRE

La Semana MAPFRE se ideó en su origen como un proyecto especial para promover entre los empleados y sus familias estilos de vida saludables, así como impulsar programas de fomento del bienestar y de prevención de las enfermedades más frecuentes. La iniciativa, ya convertida en evento anual, ahonda en el compromiso social y los valores de MAPFRE y propicia que los empleados se sientan parte de una gran empresa, fomentando sinergias entre las distintas áreas y cohesionando equipos diversos.

El pasado mes de junio, la Semana MAPFRE celebró la cuarta edición organizada globalmente desde el Área de Personas y Organización. En apenas cinco años, el evento se ha asentado como una de las iniciativas más populares entre

EL COMPROMISO DE LA ALTA DIRECCIÓN CON LA SEMANA MAPFRE A LO LARGO DE ESTOS AÑOS HA SIDO IMPRESCINDIBLE PARA QUE LA INICIATIVA SE ASIENTE EN EL CORE DE LA ORGANIZACIÓN COMO UN FIEL REFLEJO DE NUESTROS VALORES

EN 2018, LA TRIPULACIÓN DEL **BARCO MAPFRE** EN LA VOLVO OCEAN RACE GRABÓ UN VÍDEO PARA ANIMAR A LA PARTICIPACIÓN. **ESTE AÑO, EL VÍDEO HA SIDO PROTAGONIZADO POR IGNACIO BAEZA, VICEPRESIDENTE DE MAPFRE**



los empleados y ha contribuido a posicionar a nuestra entidad como un claro referente de compañía comprometida con la salud y el bienestar. Por este motivo, MAPFRE fue galardonada en 2017 con el premio Salud y Empresa, otorgado por la publicación especializada *RRHH Digital*, que reconoció a la Semana MAPFRE como una de las mejores iniciativas de promoción de la vida saludable entre los empleados de una compañía.

Pero el camino hasta aquí no ha sido fácil. La organización de un evento de tales características supone un gran esfuerzo de coordinación que involucra a distintos equipos de todo el mundo, liderados por el Área Corporativa de Personas y Organización.

En 2015 se celebró un piloto de la Semana MAPFRE en Majadahonda

Bajo el lema, “¡Quiérete! ¡Vive... Saludable!”. La nueva iniciativa buscaba fomentar el encuentro y la participación de los empleados en torno a una misma temática: la promoción de la salud.

Talleres de alimentación y de relajación, charlas sobre primeros auxilios y sobre el cuidado de mayores, clases de taichí y zumba, sesiones de bienestar físico y mental, masterclass de cocina saludable... fueron algunas de las más de 60 actividades que se celebraron durante una prueba piloto que tuvo lugar en la sede de Majadahonda (España) en 2015, que culminó con una jornada

BAJO EL LEMA,
“¡QUIÉRETE! ¡VIVE SALUDABLE!”,
 LA NUEVA INICIATIVA BUSCABA FOMENTAR EL ENCUENTRO Y LA PARTICIPACIÓN DE LOS EMPLEADOS EN TORNO A UNA MISMA TEMÁTICA: LA PROMOCIÓN DE LA SALUD

EN 2019 SE HAN CELEBRADO

862 ACTIVIDADES EN

31 PAÍSES, LLEGANDO A UN ALCANCE DEL

84,7% DE LA PLANTILLA DE MAPFRE CON ACTIVIDADES LOCALES Y EL

100% DE LA PLANTILLA EN TODO EL MUNDO EN ACTIVIDADES GLOBALES

de puertas abiertas para que empleados y familiares pudieran disfrutar de un amplio programa de actividades en la sede social de la compañía y en la que el Voluntariado Corporativo tuvo una importante presencia.

Tras el éxito de aquella prueba piloto, en 2016 la Semana MAPFRE adquirió un carácter internacional celebrándose en 24 países. Aquel año se organizaron más de 450 actividades que sentaron el precedente para las siguientes ediciones globales.

Salud, Bienestar y Diversidad

En 2019 la Semana MAPFRE se ha llenado de color para celebrar que, junto a la salud

CRONOLOGÍA DE LA SEMANA MAPFRE A LO LARGO DE 5 AÑOS

2015

LOCAL

1
PAÍS

65
ACTIVIDADES

+2.500
EMPLEADOS Y FAMILIARES IMPLICADOS

2016

GLOBAL

24
PAÍSES

453
ACTIVIDADES

85,60%
DE ALCANCE EN PLANTILLA

y el bienestar, la diversidad se incorpora como una temática más de la iniciativa. La diversidad y la inclusión son temas estratégicos para MAPFRE y, por ello, durante la Semana han tenido lugar numerosas actividades de sensibilización relacionadas con la diversidad funcional, cultural, generacional y de género.

En total, se han celebrado 862 actividades en 31 países, llegando a un alcance del 84,7% de la plantilla de MAPFRE en todo el mundo con actividades locales y el 100% de la plantilla en actividades globales..

También este año, además de las actividades locales que se han organizado en cada país, el área corporativa ha organizado

cuatro actividades globales. La primera de ellas, el estreno de un taller de diversidad cultural, una vez que se haya realizado en un número suficiente de países, permitirá la elaboración de un mapa global que recoge los distintos rasgos culturales y costumbres en el entorno de trabajo de los empleados de MAPFRE en cada país. La segunda, el Selfie Saludable, con el que los empleados han difundido en redes sociales sus hábitos saludables bajo el hashtag #MAPFREHealthWeek.

Además, este año el último día de la Semana MAPFRE, 14 de junio, ha coincidido con el Día Mundial del Donante de Sangre, y por este motivo, la compañía

ha celebrado la actividad global Donación MAPFRE 24 horas, en la que empleados de 27 países tuvieron una nueva oportunidad de ayudar a los demás. Alrededor de 1.300 donantes donaron más de 600 litros de sangre que llegará a más de 4.000 beneficiarios.

Asimismo, paralelamente a las actividades presenciales, se ha llevado a cabo en la Intranet una amplia campaña informativa diaria, con información para todos los empleados de MAPFRE en el mundo acerca de salud, bienestar y diversidad.

2017

GLOBAL

27

PAÍSES

693

ACTIVIDADES

93,85%

DE ALCANCE EN PLANTILLA

2018

GLOBAL

30

PAÍSES

743

ACTIVIDADES

87,87%

DE ALCANCE EN PLANTILLA

2019

GLOBAL

31

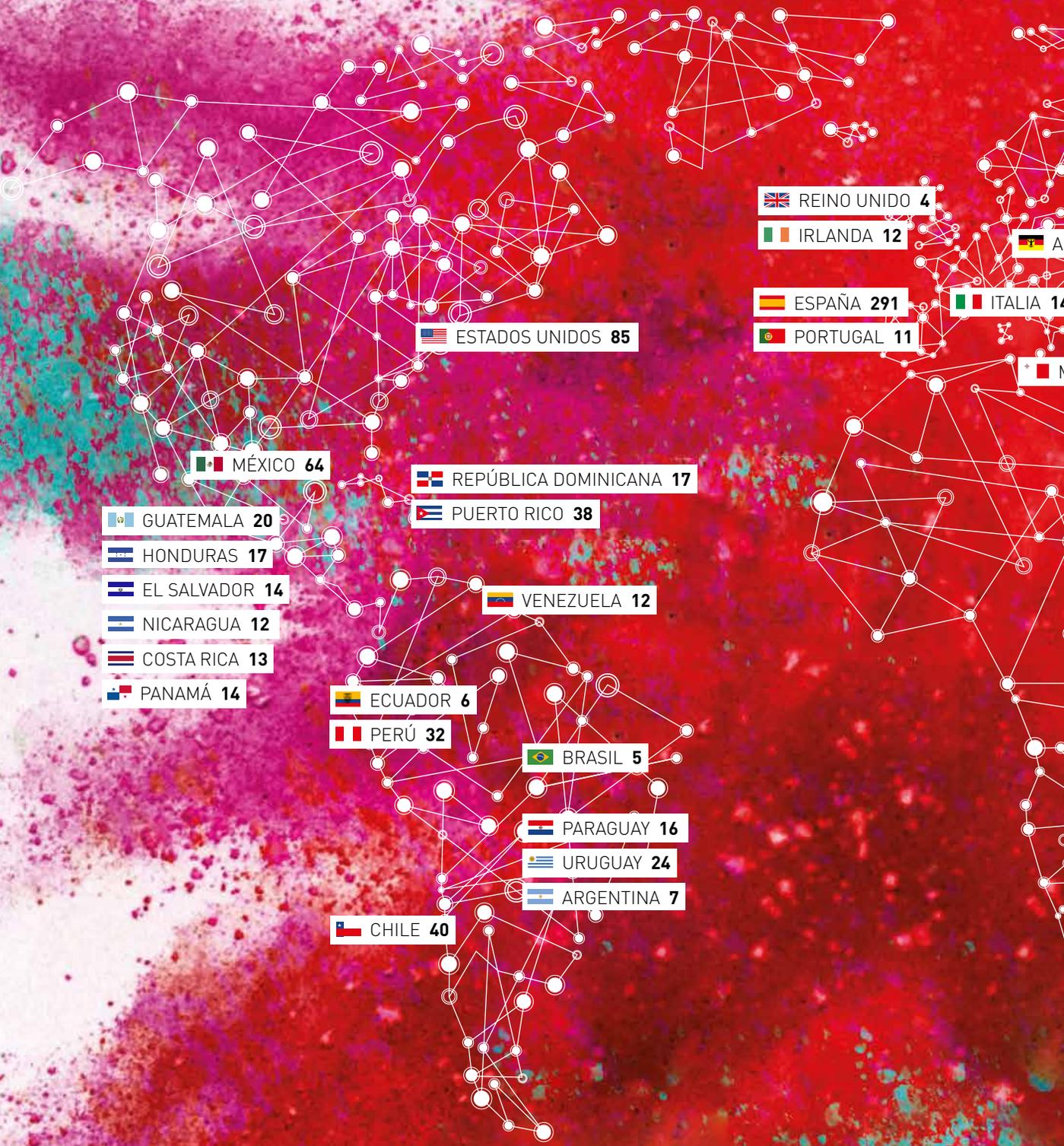
PAÍSES

862

ACTIVIDADES

84,7%PLANTILLA EN ACTIVIDADES
LOCALES**100%**PLANTILLA EN ACTIVIDADES
GLOBALES

ACTIVIDADES SEMANA MAPFRE 2019



GUATEMALA 20
HONDURAS 17
EL SALVADOR 14
NICARAGUA 12
COSTA RICA 13
PANAMÁ 14

MÉXICO 64

REPÚBLICA DOMINICANA 17
PUERTO RICO 38

ECUADOR 6
PERÚ 32

VENEZUELA 12

BRASIL 5

PARAGUAY 16
URUGUAY 24
ARGENTINA 7

CHILE 40

ESTADOS UNIDOS 85

REINO UNIDO 4

IRLANDA 12

ESPAÑA 291

PORTUGAL 11

ITALIA 14

MARROCOS 1



ALGUNAS ACTIVIDADES POR PAÍS



ESPAÑA, Taichi, 2015



URUGUAY, Family Day, 2019



CHINA, menú saludable, 2019



CHILE, Salud Dental, 2017

SALUD BIENESTAR DIVERSIDAD



COSTA RICA, yoga, 2019



EE.UU., actividades deportivas, 2017



FILIPINAS, ejercicios en la oficina, 2017



MÉXICO, taller infantil de cocina, 2017



MALTA, Almuerzo saludable, 2018



PUERTO RICO, Stand de alimentos saludable, 2016



VENEZUELA, taller diversidad cultural, 2019



VENEZUELA, taller de dibujos relajantes, 2017



FILIPINAS, Zumba, 2016



PANAMÁ, Voluntarios, 2016

Métodos
Anticoncepción desde el punto de vista femenino



Permanentes

Son métodos definitivos. Se basan en la obstrucción de las trompas de Falopio.

Acción prolongada

Anticonceptivos intravaginales
El ginecólogo introduce en el útero un pequeño dispositivo. Requiere inserción y, al retirarlo, se recupera la fertilidad.

Inyectivo anticonceptivo
Se realiza en el consultorio. Tiene efecto 1 año. La fertilidad se recupera de inmediato.

Hormonales de acción corta

Píldoras combinadas y mini píldoras
Son píldoras de dosis hormonales muy bajas y con pocos efectos secundarios, aunque **deben ser recomendadas por el ginecólogo**. Las causas más frecuentes de disminución de eficacia son alteraciones en la forma de comerlas (saludo de alguna píldora, aumento en el intervalo de los días de descanso), alteraciones digestivas e interacciones con otros fármacos.

Anticonceptivo vaginal combinado (anillo vaginal)
Es un anillo que contiene una combinación de hormonas y que se coloca en la vagina durante tres semanas, dejando una de descanso, en la que se produce la menstruación. Disminuye el volumen y días de menstruación, dolor y tensión premenstrual.

Anticonceptivo inyectable de progesterona
Dato de unos dos meses de anticoncepción. La fertilidad se puede alterar un tiempo.

Parche anticonceptivo
Libera hormonas y se coloca uno cada semana durante tres semanas al mes.



De barrera

Dichogel
Combinación de 100 microgramos de etonogestrel y 10 microgramos de etinodiol. **Mezcla con los espermios y los ovocitos antes de entrar en contacto con ellos.**

Espermicidas
Actúan a los espermios, los agotan antes de que lleguen a las células ovulares.

Preservativos femeninos
El uso correcto se coloca en la vagina antes de la penetración. **Protege contra las infecciones de transmisión sexual, incluido el VIH.**

Naturales del ritmo

Son métodos **complicados y poco eficaces** que se basan en la identificación del día del ciclo en que ovula la mujer, para evitar tener relaciones. Hay tres métodos para averiguar los días peligrosos: **método del calendario o de Ogino, de la temperatura basal y de inspección del moco cervical.**

Doble método: frente al VIH y las enfermedades de transmisión sexual

Para mantener la máxima protección frente a las enfermedades de transmisión sexual, además de usar cualquier método anticonceptivo (la píldora, hormonas, inyectivos, espermicidas o otros de barrera), se debe usar **el preservativo femenino** o el masculino. **"Doble método."**

Píldora del día después

Es un **método de emergencia** y no se debe utilizar como método anticonceptivo habitual.

Personas **MAPPRE**
Talento y compromiso



LA ANTICONCEPCIÓN PROTAGONIZA LA CAMPAÑA DE SALUD DE GÉNERO

“Juntos, saludables” 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.

En las últimas semanas, nuestra campaña de salud de género se ha centrado en la anticoncepción masculina y femenina. Para cada uno de los casos, la información que se ha explicado en detalle en Espacio Personas son los métodos que existen para cada género, que deben adaptarse a cada situación y necesidades de la persona que decide utilizarlos. Elegir bien los anticonceptivos es clave para la salud sexual. Ambas noticias las tienes disponibles en Espacio Personas, en el apartado MAPPRE me cuida-Salud y Bienestar-Promoción de la salud-Salud de género, y se unen a las que ya hemos publicado dentro de la campaña “Juntos, saludables”:

- Hiperplasia benigna de próstata
- Infecciones urinarias en hombres y mujeres
- Cáncer de cérvix

En los próximos meses seguiremos ofreciéndote el resto de contenidos de esta campaña, entre otros: andropausia, menopausia, cánceres de mama y próstata y psicología del hombre y de la mujer.



► **Eamonn Doyle**
i (serie) no. 36, 2013
 © Eamonn Doyle,
 cortesía Michael
 Hoppen Gallery, Londres

Eamonn Doyle
Hasta el 26/01/2020
 Sala Fundación MAPFRE
 Bárbara de Braganza
 Bárbara de Braganza, 13.
 28004 Madrid

Tu Fundación te propone un otoño de arte

TEXTO **REDACCIÓN EL MUNDO DE MAPFRE**
 FOTOGRAFÍA **Fundación MAPFRE**

Fundación MAPFRE llevará a cabo en sus salas de exposiciones de Madrid y Barcelona dos exposiciones de pintura y una de fotografía en los próximos meses. Pero no solo en estas ciudades españolas es posible disfrutar de las muestras que ofrece tu Fundación. Este otoño viajamos también en España a Terrassa, a Las Palmas y a Castellón y en Europa a Ámsterdam, a París y a La Haya.



EAMONN DOYLE

En Madrid, hasta el 26 de enero de 2020 en la Sala Barbara de Braganza, puede visitarse la exposición *Eamonn Doyle*, que presenta por primera vez en España el trabajo de este fotógrafo irlandés.

Al vivir en el centro de la capital irlandesa, Doyle fotografía sus alrededores desde ángulos inesperados, revelando una visión original de la ciudad y sus habitantes. Sus series *i*, *ON*, y *End.*, la “Trilogía de Dublín”, con

su uso estratégico del recorte y el encuadre, transmiten momentos de quietud y de energía frenética, de soledad y de comunidad.

Además, la muestra incluye la serie *K*, su último trabajo que se presenta por primera vez, fotografías en color de gran formato que muestran una serie de figuras espectrales que cambian constantemente de forma y están situadas frente a los dramáticos fondos de la costa oeste de Irlanda y de Extremadura, donde estuvo fotografiando por encargo de la Fundación MAPFRE.



MÁS INFORMACIÓN EN
WWW.FUNDACIONMAPFRE.ORG

Giovanni Boldini

Cléo de Mérode, 1901
Colección particular

Giovanni Boldini

Nudo di giovane signora
[Desnudo de mujer joven],
1890-1900
Arkas Collection

Boldini y la pintura española de finales del siglo XIX.

El espíritu de una época
Hasta el 12/01/2020
Sala Fundación MAPFRE
Recoletos
Paseo de Recoletos 23
28004 Madrid



BOLDINI Y LA PINTURA ESPAÑOLA DE FINALES DEL SIGLO XIX. EL ESPÍRITU DE UNA ÉPOCA

También en Madrid, en la sala Recoletos se presenta la primera exposición en España dedicada al prestigioso pintor italiano Giovanni Boldini (Ferrara, 1842 - París, 1931) en diálogo con otros artistas españoles que formaron parte de los círculos parisinos de la Belle Époque. Boldini se convirtió en uno de los más influyentes retratistas en el ámbito internacional durante el cambio de siglo. Instalado en París desde 1871, mantuvo a lo largo de toda su vida un estilo basado en la intuición del instante, la captación del movimiento y una frescura que desafía las poses impostadas del pasado, todo ello reflejado en rápidas pinceladas y gestos insólitos sin perder nunca de vista la atención a la figura y a la expresión del retratado.

TOCAR EL COLOR. LA RENOVACIÓN DEL PASTEL



En Barcelona, en la Casa Garriga Nogués, a partir del 4 de octubre y hasta una revisión de la modernidad internacional a través de la técnica del pastel. La exposición se adentra en cómo este medio artístico reivindica su especificidad a partir de la segunda mitad del XIX, cuando cobra un papel relevante en las innovaciones artísticas más audaces.

Entre los “pastelistas” recogidos en la muestra se encuentran Eugène Boudin, Mary Cassatt, Odilon Redon, Edgar Degas, Pablo Picasso, Joan Miró o Hans Hartung, entre otros; estos creadores confirieron su nobleza a las tizas de colores y otorgaron un estatus nuevo a una técnica que se populariza de manera muy destacada a lo largo del siglo XX.

**Edgar Degas**

Chevaux de course dans un paysage [Caballos de carreras en un paisaje], 1894
Colección Carmen Thyssen-Bornemisza, en depósito en el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, Madrid

Pablo Picasso

Étude de mains, Fontainebleau, verano de 1921 [Estudio de manos, Fontainebleau]
Musée National Picasso, París.
Dación Pablo Picasso, 1979
Inv. MP907
© RMN-Grand Palais (Musée national Picasso-Paris) / Thierry Le Mage
© Sucesión Pablo Picasso, VEGAP, Madrid, 2019

Tocar el color. La renovación del pastel
4/10/2019–5/01/2020
Sala Fundación MAPFRE
Casa Garriga Nogués
Diputació, 250
08007 Barcelona



Richard Learoyd

Rachel, 2009
Cortesía del artista y de la
Fraenkel Gallery,
San Francisco

Richard Learoyd

A la manera de Ingres, 2011
Pier 24 Photography,
San Francisco

Richard Learoyd

5/10/2019–5/01/2020
Fotomuseum Den Haag
La Haya

RICHARD LEAROYD

En La Haya, en el Fotomuseum Den Haag, desde el 5 de octubre al 5 de enero de 2020, se exhibirá una muestra que recorre los diez últimos años de la producción de este artista británico, uno de los fotógrafos contemporáneos más reconocidos en la actualidad. Las imágenes de Richard Learoyd poseen una cautivadora singularidad. Sus fotografías en color y blanco y negro, son resultado de un proceso artesanal con una cámara oscura construida por el mismo. Su obra, que hunde sus raíces en el pasado, tiene múltiples referencias a la historia de la pintura, tanto por los temas como por la técnica.



Brassaï

Vista desde el Pont Royal hacia el Pont Solférino, c. 1933
© Estate Brassai
Succession, París

Brassaï

Hasta el 4/12/2019
Foam Fotografiemuseum
Ámsterdam

BRASSAÏ



Seguimos en los Países Bajos y nos vamos a Ámsterdam, al Foam Fotografiemuseum donde, hasta el 4 de diciembre, podremos descubrir París bajo la mirada del genial fotógrafo húngaro, que en esta ciudad encontró su fuente principal de inspiración. El modo en el que retrató sus calles y a sus habitantes le hicieron célebre, convirtiéndose algunas de sus fotos en símbolos de una época y de la ciudad. Los monumentos, los lugares más pintorescos y las escenas de la vida cotidiana están presentes en su obra, pero el fotógrafo no se olvidó del mundo más oscuro. Mafiosos, marginados, prostitutas y drogadictos representaban para Brassai el París menos cosmopolita, el más vivo y más auténtico.



BERENICE ABBOTT. RETRATOS DE LA MODERNIDAD

También en Ámsterdam, el museo Huis Marseille presenta hasta el 5 de diciembre Berenice Abbott. Retratos de la modernidad, un recorrido por el universo de la excepcional fotógrafa estadounidense (Springfield, Ohio, 1898 – Monson, Maine, 1991). Berenice Abbott, con su obra, nos abre una puerta a los inicios del siglo XX ofreciéndonos un retrato personal de un momento efervescente.

El trabajo de Abbott refleja su moderna visión de una época. Su mirada audaz y pionera se refleja tanto en sus retratos de los artistas e intelectuales más vanguardistas del momento y sus asombrosas vistas de la ciudad de Nueva York

como en las fotografías de tema científico en las que retrata los resultados de diversos fenómenos y experimentos.

La muestra, formada por casi doscientas fotografías de la artista, está estructurada en tres secciones temáticas. Se exponen también once fotografías de Eugène Atget positivadas por la propia Abbott a finales de la década de los 1950.

Berenice Abbott
West Street, 1932
© Getty Images/
Berenice Abbott

Berenice Abbott. Retratos de la modernidad
Hasta el 5/12/2019
Museo Huis Marseille
Ámsterdam

FRANCISCO DE GOYA Y LUCIENTES. DESASTRES DE LA GUERRA

Volvemos a España pero ahora nos trasladamos al Centre Cultural Terrassa (Barcelona) donde, del 21 de noviembre al 9 de febrero, podrá visitarse la muestra, formada por 80 obras tituladas y numeradas grabadas al aguafuerte en las que el artista aragonés se centra en el punto de vista de las víctimas y su sufrimiento, pero también la crítica en la política.

Francisco de Goya y Lucientes
Desastres de la Guerra, 1810-1815
Con razón o sin ella
Colecciones Fundación
MAPFRE

Francisco de Goya y Lucientes. Desastres de la guerra
Del 21/11/2019 al 9/2/2020
Centre Cultural Terrassa
(Barcelona)



JUNYER Y SANDALINAS EN LAS COLECCIONES Fundación MAPFRE

Del 11 de octubre al 13 de diciembre de 2019 los dibujos vanguardistas de los artistas catalanes Joan Junyer y Joan Sandalinas, procedentes de nuestras colecciones, desembarcan en Fundación MAPFRE Guanarteme, en Las Palmas de Gran Canaria.

Esta exposición nos revela escenas cotidianas, gente corriente, pescadores de la Barceloneta, trabajadores de Telefónica y payeses de Mallorca, entre otros temas preferidos por estos dos pintores.

Joan Junyer
Guitarrista, 1933
Colecciones Fundación
MAPFRE

Junyer y Sandalinas en las Colecciones Fundación MAPFRE
Del 11/10 al 13/10/2019
Fundación MAPFRE
Guanarteme
Las Palmas de Gran Canaria



RETRATOS

En el Museo de Bellas Artes de Castellón, del 14 de noviembre de 2019 al 26 de enero de 2020 se podrá disfrutar de algunas de las obras de la colección de fotografía de Fundación MAPFRE, esta vez centradas en la complejidad y riqueza del retrato.

Robert Adams, Diane Arbus, Harry Callahan, Joan Colom, Dayanita Singh, Walker Evans, Lee Friedlander, Alberto García-Alix, Cristina García Rodero, Emmet Gowin, John Gutmann, Jitka Hanzlová, Graciela Iturbide, Richard Learoyd, Helen Levitt, Anna Malagrida,

Fernando Maquieira, Lisette Model, Robert Frank, Fazal Sheikh, Paul Strand y Garry Winogrand son los fotógrafos elegidos para configurar esta semblanza del retrato en la fotografía del siglo XX.

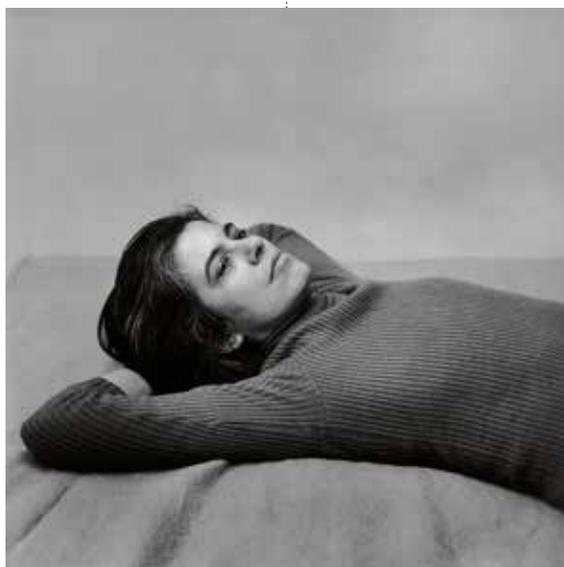
Walker Evans
Rostros, Ciudad de Pensilvania, 1936
 Colecciones FUNDACIÓN MAPFRE,
 © Walker Evans Archive,
 The Metropolitan Museum of Art, Nueva York

Retratos
 Del 14/11/2019 al 26/1/2020
 Museo de Bellas Artes de Castellón.

PETER HUJAR. A LA VELOCIDAD DE LA VIDA

En el museo Jeu de Paume de París, del 15 de octubre al 19 de enero 2020, más de 150 obras de este artista de carácter reservado, definen una trayectoria que es el reflejo de toda una época, desde los años cincuenta hasta su muerte en 1987. Peter Hujar nació en Trenton, Nueva Jersey, en 1934

y se crió en el campo hasta que su madre se lo llevó a vivir con ella a Manhattan, cuando tenía 11 años. A partir de este momento su vida y su obra estuvieron íntimamente vinculadas al Downtown de Nueva York, donde realizó retratos de artistas que conocía y respetaba como Andy Warhol o Susan Sontag así como de otros personajes anónimos de la escena neoyorquina.



Peter Hujar
Susan Sontag. 1975
 © The Peter Hujar Archive,
 LLC. Cortesía Pace/MacGill
 Gallery, Nueva York, y
 Fraenkel Gallery, San Francisco

Peter Hujar.
A la Velocidad de la Vida
 Del 15/10/2019 al 19/1/2020
 Museo Jeu de Paume
 París





Pequeños gestos para un gran *Corazón*



Aprende a prevenir
un infarto y a saber
cómo actuar

Entra en
MUJERESPORELCORAZON.ORG
y conoce más

Fundación
MAPFRE

Fundación **pro**nic



EL MUNDO DE MAPFRE

#105

