

Catástrofes naturales,
un reto para el seguro en el siglo XXI

**EMPLEADOS CON
UN DON:** CUATRO
COMPAÑEROS CON
HABILIDADES
ESPECIALES

FUNDACIÓN MAPFRE:
**LOS 500 MILLONES
MEJOR INVERTIDOS**
DE LA HISTORIA

LA **INNOVACIÓN** Y SU
APRENDIZAJE EN MAPFRE

EL MUNDO DE MAPFRE

#98
#98





Crecemos con tu confianza

En MAPFRE, queremos seguir siendo tu aseguradora de confianza. Con más de 37 millones de clientes en 45 países trabajamos por un crecimiento sostenible en el ámbito social, económico y medioambiental.


800 AÑOS
UNIVERSIDAD
DE SALAMANCA
1218 - 2018

mapfre.com



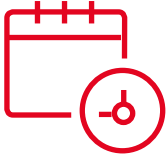
MAPFRE

Tu aseguradora de confianza

CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD

EL DATO 1.100

MILLONES DE EUROS
DESEMBOLSARÁ
MAPFRE A LOS
AFECTADOS POR
LAS CATÁSTROFES
NATURALES DE
NORTEAMÉRICA Y EL
CARIBE



**NO OLVIDES DARNOS TU OPINIÓN
Y VALORAR NUESTROS ARTÍCULOS
EN LA EDICIÓN DIGITAL**

Las catástrofes naturales, además de una amenaza para las vidas, bienestar y propiedades de las personas, se han convertido en un auténtico reto para el seguro en el siglo XXI. ¿Cómo se enfrentan las compañías aseguradoras a este desafío? ¿Es posible para ellas hacer una previsión adecuada de las pérdidas? En estos temas profundiza nuestro artículo de portada del número actual, en el que se destaca, además, que en esos momentos difíciles es cuando las compañías deben estar más cerca de sus clientes, apoyándoles.

Sobre estar cerca de la sociedad también sabe mucho Fundación MAPFRE, que hace ahora balance de los últimos diez años, un periodo en el que ha dedicado 500 millones de euros a diferentes proyectos con el objetivo de mejorar la calidad de vida de más de cien millones de personas, ayudando a cambiar las condiciones económicas, sociales y culturales de los sectores más desfavorecidos de la sociedad. Una labor encomiable de la que todos en MAPFRE nos sentimos orgullosos.

Como también nos sentimos muy orgullosos de esos empleados que tienen una habilidad especial, al margen de su trabajo. Por eso, les hemos pedido que la compartan con todos nosotros. No os perdáis el artículo Empleados con un don. El próximo protagonista de esta sección puede ser cualquiera de nosotros.

Como vemos, MAPFRE contribuye con la sociedad de muchas maneras. Una de ellas es innovando, avanzando en la aplicación de las nuevas tecnologías y desarrollando nuevos productos y servicios que den soporte al tejido profesional y al ámbito personal de los ciudadanos.

Hay varias muestras de ese tipo de actividades en las páginas de este último número de *El Mundo de MAPFRE*: la sección Personas, en la que es

protagonista el aprendizaje en innovación; Temas MAPFRE, con un artículo que trata de desentrañar el *blockchain*; o los consejos sobre seguridad digital de la sección Claves.

Esperamos que estos y otros muchos contenidos, como la entrevista con Sarah Harmon, responsable de la red social profesional LinkedIn en Iberia, te hagan disfrutar de esta revista. Por favor, no olvides darnos tu opinión y valorar nuestros artículos en la edición digital.

Y ya, en estas fechas, sólo nos queda decir ¡Feliz 2018!

#98

STAFF

Presidente del Consejo Editorial
Antonio Núñez

Directora
Luz García Cajete

Han colaborado en este número
**Marina Calvo, Ana Gutiérrez,
Nuria del Olmo, Javier Ortega,
María Jesús Pérez Fuentes,
Donal Ruane**

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 57/ Fax: 91 581 18 83
edimap@mapfre.com

Imprime
Gráficas Monterreina

Depósito Legal
M.1.017-1993

ISSN
1132-9068

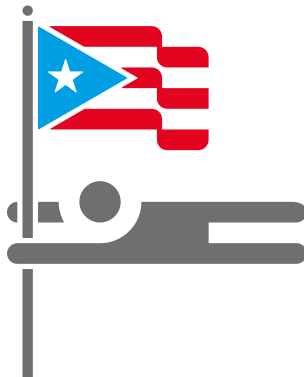
VALORA NUESTROS ARTÍCULOS EN
WWW.ELMUNDODEMAPPRE.COM/REVISTA98

ESPERAMOS TUS COMENTARIOS
EN NUESTRA EDICIÓN DIGITAL



06 EN PORTADA

Catástrofes naturales, un reto para el seguro en el siglo XXI. ¿Cómo nos enfrentamos a ellas en MAPFRE?



12 PERSONAS MAPFRE

El aprendizaje en innovación permite resolver los principales retos de la compañía de una manera transversal y pensando en el cliente.

19 ACTUALIDAD

VERTI U.S. lanza el seguro digital para automóviles en Pennsylvania



SIGUE TODAS SUS INICIATIVAS
EN WWW.VERTI.COM

22 TEMAS MAPFRE

Las traducciones en la era digital: el servicio de traducciones corporativas de MAPFRE da respuesta a las necesidades de la compañía en esta materia.

26 EMPLEADOS CON UN DON



Gastronomía, vulcanología, intercambios culturales. Cuatro compañeros comparten con nosotros sus aficiones y especiales habilidades.

  SIGUE SUS ACTIVIDADES EN LAS REDES SOCIALES



32 CLAVES

Sigue nuestros **consejos de seguridad digital** y conoce cuáles son las normas básicas para el uso seguro de internet.

36 INFORME BLOCKCHAIN

Los expertos aseguran que esta tecnología traerá una auténtica revolución centrada en los ciudadanos.

42 ENTREVISTA

Entrevistamos a **Sarah Harmon**, presidenta de LinkedIn España.



46 NOTICIAS

54 ESTAR BIEN

Te presentamos la **psicología positiva**, que pone el foco en el bienestar y la felicidad de las personas.

58 FUNDACIÓN

Fundación MAPFRE hace balance de la última década, en la que ha destinado 500 millones de euros a mejorar la sociedad.

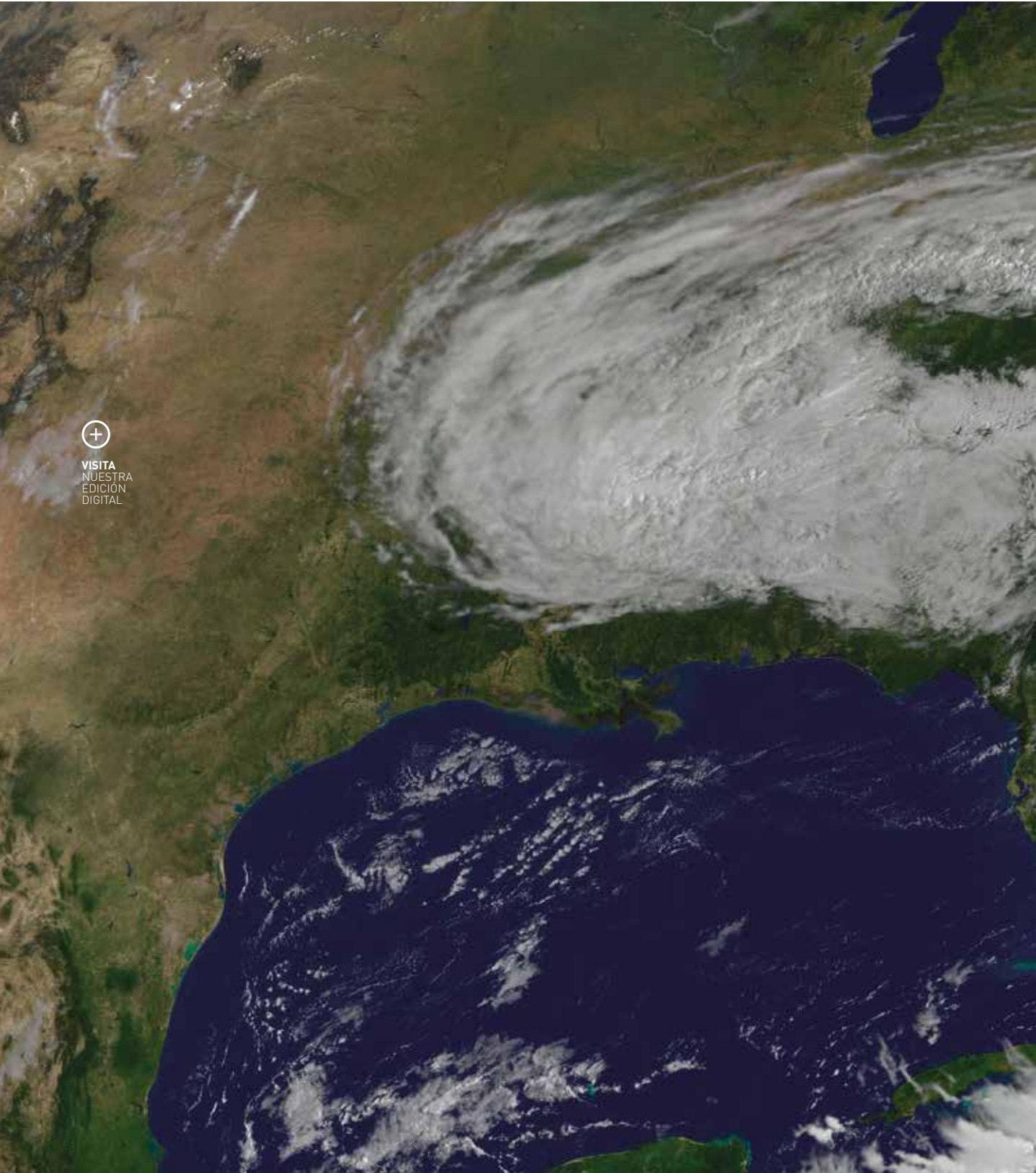


NO TE PIERDAS EL **VÍDEO** EN NUESTRA **EDICIÓN DIGITAL**

62 NOTICIAS, FUNDACIÓN



AMPLIA INFORMACIÓN EN NUESTRA **EDICIÓN DIGITAL**



VISITA
NUESTRA
EDICIÓN
DIGITAL

Catástrofes naturales, un reto para el seguro en el siglo XXI

TEXTO EL MUNDO DE MAPFRE | FOTOS MAPFRE

Los expertos coinciden en que la temporada de huracanes del Atlántico de este año ha sido la tercera más activa de la historia. *Hurley, Irma, María...* Son nombres que se han convertido en familiares por la destrucción que han dejado a su paso. A estos se han unido terremotos de diversa intensidad, algunos muy alta. ¿Cómo se enfrentan las compañías aseguradoras a esta situación? ¿Es posible hacer una previsión adecuada de las pérdidas?

Vista satélite del huracán *Irma*. © NASA

Oficialmente, la temporada de huracanes se inició el 1 de junio y finalizó el 30 de noviembre. Estas fechas delimitan convencionalmente el periodo en el que cada año la mayor parte de ciclones tropicales se forman en el océano Atlántico.

Esta temporada ha sido, además de una de las más activas, la más intensa desde 2005 en términos de Energía Ciclónica Acumulada (Accumulated Cyclone Energy -ACE), métrica que se utiliza para combinar la intensidad y la duración de las tormentas.

El Área de Riesgos de la Naturaleza de MAPFRE RE y el departamento de Riesgos Catastróficos de MAPFRE GLOBAL RISKS, junto a las entidades locales de MAPFRE expuestas a estos peligros, trabajan activamente para hacer frente a los diversos retos que supone el continuo seguimiento de este tipo de eventos.

LA VALORACIÓN DE LA SEVERIDAD DE UNA CATÁSTROFE

Para evaluar la severidad de una catástrofe se tienen en cuenta tres elementos principales. En primer lugar, la intensidad con la que se ha manifestado el peligro natural. Si se trata de un huracán, se evalúa la fuerza de los vientos, las inundaciones que conlleva y las precipitaciones o la marea

VARIOS SERVICIOS METEOROLÓGICOS

NACIONALES Y AGENCIAS CIENTÍFICAS PRONOSTICAN

CUÁNTAS TORMENTAS, HURACANES Y GRANDES HURACANES SE FORMARÁN DURANTE LA TEMPORADA Y CUÁNTOS CICLONES TROPICALES PUEDEN AFECTAR A UN PAÍS EN PARTICULAR



LA NUEVA **PLATAFORMA CAT** CON LA QUE TRABAJA MAPFRE GLOBAL RISKS **PERMITIRÁ HACER MÁS EFICIENTE EL CONTROL DE LA EXPOSICIÓN A CATÁSTROFES**

de tormenta. En el caso de un terremoto, se consideran variables como la magnitud y profundidad del mismo o la ruptura de falla.

El segundo elemento a observar es la zona expuesta. Se verifica su amplitud, la existencia o no de grandes poblaciones y el grado de penetración del seguro en la región afectada. Y por último, el tercer elemento sería la vulnerabilidad, que se traduce en la capacidad de las personas y los bienes que existen en esa zona de verse impactados y sufrir daños en mayor o menor medida.

Además de la actualidad en medios de comunicación, se consultan fuentes como las alertas emitidas por los organismos internacionales y nacionales ante este tipo de fenómenos, así como otras herramientas de aplicaciones móviles.

Varios servicios meteorológicos nacionales y agencias científicas pronostican cuántas tormentas, huracanes y grandes huracanes (Categoría 3 o superior en la escala Saffir-Simpson) se formarán durante la temporada y cuántos ciclones tropicales pueden afectar a un país en particular.

“El conocimiento detallado de las exposiciones ante Peligros de la Naturaleza (denominado, técnicamente control de

acumulación catastrófica) es esencial en la actividad de cualquier asegurador o reasegurador”, explica Juan Satrústegui, director del Área de Riesgos de la Naturaleza en MAPFRE RE. “Este control facilita que antes de la ocurrencia de cualquier evento se puedan definir escenarios que permitan estimar el posible coste de los siniestros catastróficos que se tuvieran que afrontar.

En el Área de Riesgos de la Naturaleza de MAPFRE RE, una vez ocurrido un evento, se intenta anticipar el impacto económico que puede suponer, tanto para MAPFRE RE como para el Grupo en su conjunto, utilizando diferentes metodologías. Una de ellas consiste en aplicar distintos porcentajes de daño a las sumas aseguradas de las zonas afectadas, en función de la intensidad del evento, acotando estas pérdidas con los límites de indemnización de los contratos.

La otra forma es identificar los eventos más parecidos al real dentro de las modelizaciones probabilistas realizadas previamente, y consultar las pérdidas que el modelo ha estimado. Esto sólo es posible siempre que las carteras aseguradas hayan sido modelizadas con los distintos Modelos de Estimación de Pérdidas ante catástrofes naturales disponibles en el



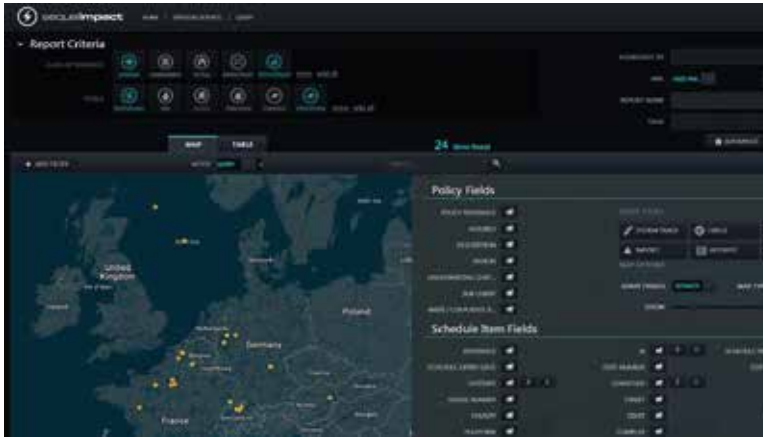
mercado. MAPFRE RE utiliza modelos de las empresas RMS (Risk Management Solutions) y AIR Worldwide para estimación de pérdidas ante catástrofes naturales.

LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DE CATÁSTROFES

Los trabajos de predicción, análisis y monitorización continua de los riesgos de la naturaleza son esenciales para una correcta gestión de riesgos catastróficos en la compañía. Josefina Rodríguez Mondragón, jefa del departamento de

(arriba)
Departamento de Riesgos Catastróficos de MAPFRE GLOBAL RISKS.

(abajo)
Área de Riesgos de la Naturaleza de MAPFRE RE.



Riesgos Catastróficos de MAPFRE GLOBAL RISKS, lidera el equipo responsable de identificar el suceso, analizar el evento en detalle y monitorizar las posibles zonas afectadas para contrastar con la ubicación de los riesgos.

Una vez se ha producido el evento, este departamento trabaja en estrecha colaboración con el Área de Siniestros, apoyándose en fuentes de información oficiales y con herramientas tecnológicas adaptadas a sus necesidades.

El papel de la tecnología en la gestión del área es fundamental: “Trabajamos con bases de datos detalladas y centralizadas, de donde obtenemos nuestra exposición en más de 200 países en los que tenemos riesgos asegurados”, afirma Josefina Rodríguez.

En estas bases de datos se identifican las ubicaciones en las que se encuentran las

200
 PAÍSES EN LOS QUE LA
 COMPAÑÍA ASEGURA
 ACTUALMENTE MÁS DE
600.000
 SITUACIONES DE
RIESGO

zonas afectadas tras un evento catastrófico y en pocas horas se puede generar un listado de clientes, sumas aseguradas y condiciones de póliza. Dicho listado se traslada al Área de Siniestros, desde donde la empresa se pone en contacto con los asegurados a través de sus centros de suscripción, cumpliendo el objetivo último de MAPFRE de estar junto a sus clientes cuando más lo necesitan, para darles la mejor respuesta.

NUEVA PLATAFORMA

“La integración de nuestra información desde el momento de la suscripción es un elemento clave en el que trabajamos continuamente”, destaca Josefina Rodríguez. Por ello desde el Departamento de Riesgos Catastróficos de la Unidad de MAPFRE GLOBAL RISKS se está trabajando en la ejecución de una iniciativa que permitirá hacer más eficiente el control de la exposición catastrófica en los 200 países en los que la compañía asegura actualmente más de 600.000 situaciones de riesgo.

Mediante la nueva Plataforma CAT se obtendrá el cálculo de consumo y la verificación de la capacidad disponible de manera automática durante el proceso de suscripción. Para ello, se integrará con la Plataforma de Suscripción de Negocio de MAPFRE GLOBAL RISKS, siguiendo los parámetros que se han consensuado con dicha área.

También será posible la visualización gráfica de las situaciones de riesgo aseguradas a nivel mundial y se facilitará la medición de los riesgos expuestos al impacto de las catástrofes de manera mucho más ágil.

La automatización del control de la exposición catastrófica desde el momento de la suscripción, la optimización

de la respuesta ante eventos catastróficos y la disminución del riesgo operacional serán las principales ventajas que aportará la nueva Plataforma, y que supondrán para la compañía un gran valor diferencial y estratégico.


¿Y CÓMO SE ACTÚA EN EL TERRENO?

MAPFRE históricamente tiene casos de éxito en la respuesta tras catástrofes naturales. El terremoto de Chile en el año 2010 es uno de los ejemplos más claros, tras el cual MAPFRE desempeñó un importante papel. También en Lorca, España, MAPFRE tuvo una actuación rápida tras el terremoto que sufrió la localidad en 2011.

Más recientemente, nuestra respuesta en Puerto Rico tras el paso de los huracanes Irma y María el pasado mes de septiembre, donde se reforzaron las vías para notificar siniestros y se dedicó atención individualizada a los afectados, o en México, después de los terremotos ocurridos en ese mismo mes, son muestras de como el Grupo actúa de forma inmediata con todos los recursos a su alcance para dar respuesta a las necesidades de sus clientes.

Como compañía aseguradora, MAPFRE siempre está junto a sus clientes cuando estos



nos necesitan. Especialmente en esos momentos difíciles y caóticos que se producen en una región tras una gran catástrofe. La adecuada previsión de estos eventos y la correcta valoración de la dimensión de las pérdidas que pueden provocar son esenciales para la gestión de una compañía aseguradora, ya que de ello depende el impacto económico que la empresa tendrá que absorber y también la respuesta que podrá dar a sus clientes. 

Voluntarios de MAPFRE MÉXICO (arriba) y de MAPFRE PUERTO RICO (abajo) trabajando en la clasificación y reparto de alimentos y para restaurar la normalidad tras las catástrofes sufridas en ambos países el pasado mes de septiembre.

(en página anterior)
Imágenes obtenidas con la Plataforma CAT de ubicaciones geolocalizadas en Europa para su análisis en un proceso de suscripción.

La innovación y su aprendizaje EN MAPFRE

TEXTO ANA GUTIÉRREZ (@alvana72) | FOTOGRAFÍAS MAPFRE

El aprendizaje en las metodologías de innovación en MAPFRE permite aportar valor a los principales retos de la compañía de una manera transversal y siempre pensando en el cliente.



EN LA ACTUALIDAD
MAPFRE CUENTA CON MÁS DE

270 INNOAGENTES

A NIVEL GLOBAL EN LAS **7 REGIONES**
Y UNIDADES DE NEGOCIO,
QUE FORMAN PARTE DE LA COMUNIDAD
DE INNOVACIÓN, JUNTO CON LAS

19

**OFICINAS DE INNOVACIÓN
Y DESARROLLO**

MAPFRE identifica la innovación como una palanca clave para impulsar el crecimiento orgánico y la diferenciación de la compañía en un entorno cada vez más cambiante. Para MAPFRE la innovación es una palanca transversal que ofrece propuestas de valor diferenciales centradas en el cliente para dar respuesta a determinados retos específicos planteados por las áreas de negocio.

Con el fin de difundir la cultura de la innovación en MAPFRE, en 2015 se creó Innolab, un espacio virtual de aprendizaje en el marco de la Universidad Corporativa con el objetivo de proporcionar apoyo a la función de innovación a nivel global. La meta, llegar

a todos los empleados de la compañía. Gracias a Innolab, todos los empleados del mundo pueden acceder a un programa formativo online cuyo contenido despliega las metodologías que acompañan al proceso de Innovación en MAPFRE y ayuda a los empleados a interiorizarlo.

Adicionalmente a este programa formativo, diseñado en equipo entre la Dirección Corporativa de Innovación (DCI) y el Área Corporativa de Recursos Humanos, se comenzó un proceso de identificación de empleados de todo el mundo capaces de aplicar la innovación en MAPFRE. Ellos son los *innoagentes*, a los que se les asigna el papel de aplicar la innovación en sus áreas de

trabajo. Los innoagentes siguen desarrollando sus funciones habituales dentro de la empresa pero dedican un porcentaje de su tiempo a participar en determinados retos de negocio planteados por la compañía.

Para poder llevar a cabo esta función se diseñó un programa formativo específico que les capacitará en metodologías ágiles e interactivas, propias de innovación.

El espacio que apoya esta función, Innolab, y los programas formativos que contiene, hacen que este espacio apoye la innovación y les ofrezca profundizar en el proceso y en las metodologías en las que se ve apoyado: Design Thinking, Lean Startup y Customer Development.

COMUNIDAD DE INNOVACIÓN DE MAPFRE A NIVEL GLOBAL



19 OID + DCI
+270
INNOAGENTES

OID MAPFRE RE
OID MAPFRE ASISTENCIA
OID MAPFRE GLOBAL RISKS

OID CESVIMAP
OID Dirección Corporativa de Negocio Directo (DCND)

OID Dirección Corporativa de Tecnología y Procesos (DCTP)
OID Dirección Corporativa de Seguridad y Medio Ambiente (DISMA)
OID Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

DCI
ÁREAS CORPORATIVAS representadas
Área Corporativa de Negocio, Clientes e Innovación
Actuarial
Redes Sociales
Comunicación
Auditoría IT
Transformación Digital

MAPFRE necesita disponer de personas capacitadas para afrontar los retos a los que se enfrenta el sector asegurador en el futuro con ideas originales y en algún caso hasta disruptivas, que apuesten por la eficiencia.

En la actualidad MAPFRE cuenta con más de 270 innoagentes a nivel global en las 7 regiones y unidades de negocio, que forman parte de la Comunidad de Innovación, junto con las 19 Oficinas de Innovación y Desarrollo. Estos profesionales tienen el firme propósito de desarrollar proyectos de innovación aportando valor a la compañía, transmitiendo una cultura de la innovación a todos los niveles organizativos y compartiendo aquella información que se



“EN 2017 MÁS DE **6.500 EMPLEADOS** EN EL MUNDO SE HAN **FORMADO EN EL PROCESO Y EN LAS METODOLOGÍAS DE INNOVACIÓN**, EL GRAN RETO PARA 2018 ES MEDIR EL RETORNO DE ESTA INVERSIÓN Y VINCULAR LA FUNCIÓN DE LOS INNOAGENTES A NEGOCIO”

Elvira Arango
Subdirectora general de Formación

considera relevante para el negocio.

El aprendizaje en innovación ha avanzado y conseguido resultados muy satisfactorios, con personas capaces de desarrollar los proyectos de una manera ágil y creativa.

Esta apuesta de MAPFRE por la innovación ha hecho posible que más de 5800 empleados se hayan formado a nivel global a través del programa online. Además de dicho programa para todos los empleados en el mundo y de la formación específica presencial a innoagentes, se ha incluido una sesión de Design Thinking en todos los programas formativos globales transversales, comerciales y técnicos, y en la

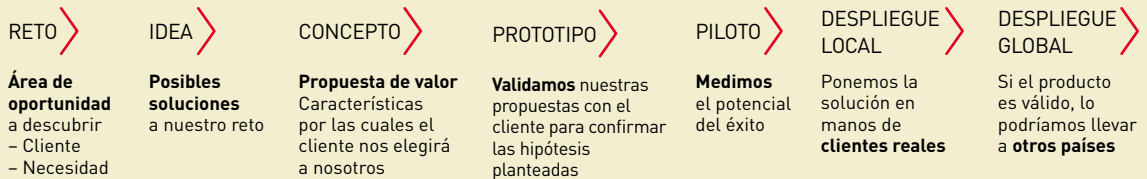
(sigue en p. 17)

RETOS IMPLANTADOS

Se han alcanzado algunos de los logros y objetivos previstos en el proyecto. Se puede decir que MAPFRE dispone de una Comunidad de Innovación, preparada para afrontar nuevos retos y dispuesta a transmitir los conocimientos aprendidos al resto de la organización. En este camino, las Oficinas de Innovación y los innoagentes tienen un nuevo reto para 2018: transmitir al resto de compañeros lo que han aprendido. Para ello, se comenzará con un piloto en España y contarán con una herramienta de gamificación, aprender jugando, que facilitará la “viralización de la innovación” entre los empleados.

Otra forma de extender la cultura de innovación entre los empleados de la compañía ha sido la celebración de los “Innovation Days”. Días dedicados a la Innovación, promovidos por la Dirección Corporativa de Innovación, y en los que innoagentes y otras personas de la organización participan en la resolución de un reto planteado por la compañía, aplicando las metodologías de innovación aprendidas, Design Thinking y Lean Startup. En la última edición se desarrollaron algunos retos, como por ejemplo: programa MMS (MAPFRE Mobility Solutions), que pertenece a la Iniciativa Estratégica SAM3.0. Uno de los que ha visto la luz en el mes de noviembre de 2017 para empleados de la provincia de Madrid, ha sido miTaller.

PROCESO DE INNOVACIÓN



PLAN DE FORMACIÓN EN INNOVACIÓN 2016/2017

MODELO DE INNOVACIÓN: DESIGN THINKING, LEAN STARTUP AND CUSTOMER DEVELOPMENT

DESTINATARIOS INNOAGENTES

Programa Global para Innoagentes



220 innoagentes
+ 4.000 horas de formación

PROGRAMAS CORPORATIVOS

Escuela de Liderazgo:
Global Management Program
Programa para Directivos
Escuela Desarrollo Profesional:
IMDP, MIP, AVANZA y PDD
Trainees
Escuela de Seguros:
Programa Global de Empresas



+ 90 empleados
+ 1000 horas de formación

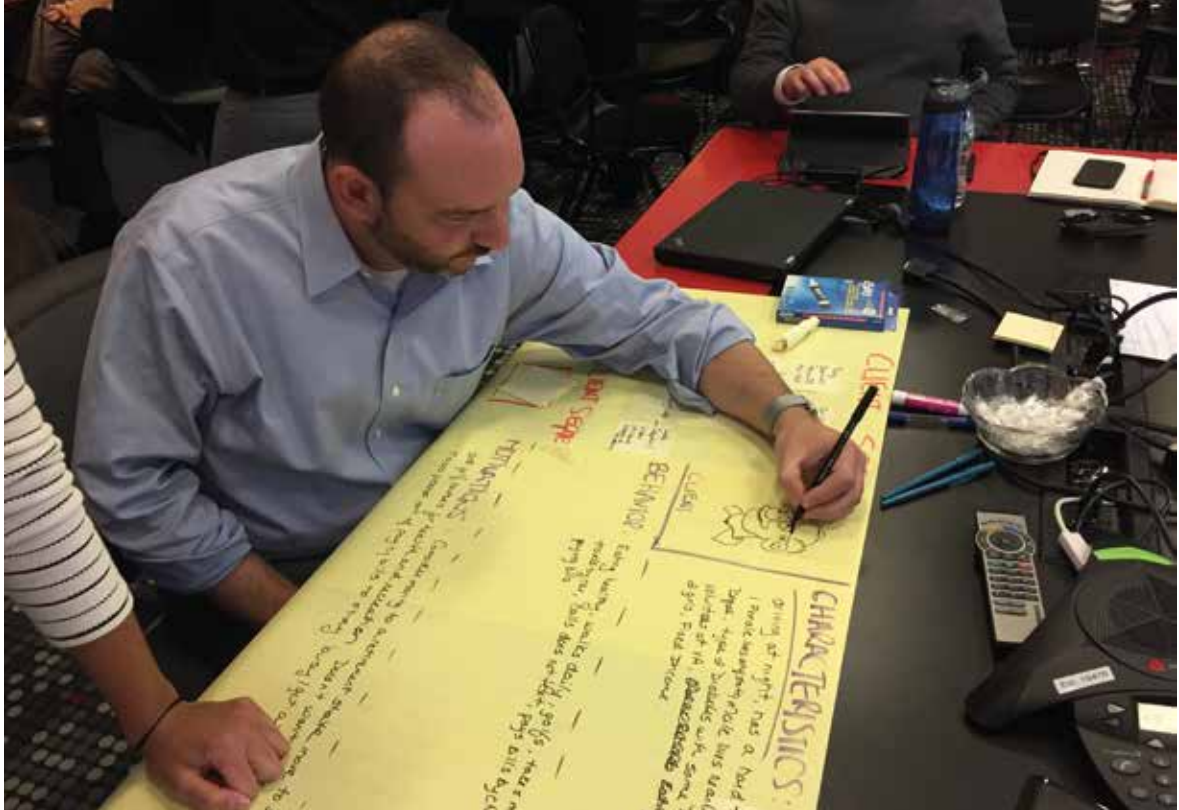
EMPLEADOS MAPFRE

Programa online: La innovación en MAPFRE (en tres idiomas)



10.600 inscripciones
32 países

6.500 EMPLEADOS EN 2017




(viene de p. 14)

escuela de liderazgo para todos los colectivos tanto técnicos como directivos.

Y ahora, ¿cuáles son los próximos pasos?

Hemos llegado hasta aquí, pero si no se mide la efectividad de la formación desplegada, su retorno y se analiza el valor aportado al negocio, no sabremos si lo hemos hecho bien o no. Esta es la razón por la que los miembros de la Comunidad de Innovación deben poner en práctica los conocimientos aprendidos y ser partícipes en proyectos específicos ligados a los retos estratégicos identificados. Los innoagentes, en especial, deben estar involucrados en el desarrollo de los mismos y poner en práctica su aprendizaje en metodologías ágiles para aportar valor.

En los dos últimos años, el 12% del total de las ideas de innoagentes han sido incluidas en los Planes Estratégicos de negocio, locales, para ser desarrolladas en 2018, o bien han llegado a la fase de prototipado (esta fase implica que el proyecto de innovación ha ido pasando por las etapas de diseño, investigación y conceptualización) por lo que están listas para ser testadas con clientes reales en la fase piloto, con el fin de validar la propuesta de valor que se ha diseñado.

La innovación consiste en un ejercicio continuo, en entrenar constantemente, se trata de un proceso de ensayo y error. 



“LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN EN INNOVACIÓN HAN OBTENIDO UN GRADO DE SATISFACCIÓN ALTÍSIMO, NO SOLO POR PARTE DE LOS INNOAGENTES, SINO DE TODOS LOS NIVELES DE LA ORGANIZACIÓN. NUESTRO PROPÓSITO, A PARTIR DE AHORA, ES QUE LOS INNOAGENTES TRABAJEN EN AQUELLOS RETOS QUE LA ORGANIZACIÓN HA IDENTIFICADO COMO PRIORITARIOS”

Josep Celaya
Director corporativo de Innovación



2015

DEFINICIÓN DE MODELO DE INNOVACIÓN Y METODOLOGÍA + CREACIÓN DE OFICINAS DE INNOVACIÓN. CREACIÓN DE INNOLAB EN LA UNIVERSIDAD CORPORATIVA.

2016/2017

IDENTIFICACIÓN DE INNOAGENTES. DISEÑO DE LA PALANCA DE FORMACIÓN CON LOS PROGRAMAS GLOBALES PARA TODOS LOS EMPLEADOS DE FORMA ONLINE Y PRESENCIAL:

- innoagentes (programa global y presencial)
- jefes de innoagentes (programa global y presencial)
- responsables de innovación y de las OID (programa global y presencial)
- se incluyen jornadas de innovación en todos los programas globales, técnicos y comerciales de la Universidad Corporativa

2018 EL GRAN RETO

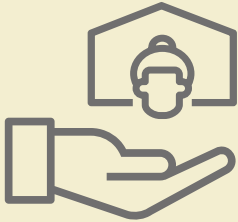
MEDIR EL RETORNO DE LA INVERSIÓN Y VINCULAR EL ROL DE LOS INNOAGENTES A RETOS ESPECÍFICOS DE NEGOCIO

RETOS IMPLANTADOS

IBERIA Proyecto Mayores

PROTOTIPO

Se trata de ofertar un servicio de asistencia domiciliar que dé soluciones a los problemas de dependencia de los mayores y facilite la vida de los familiares de los que dependen. Está muy relacionado con el llamado "Seguro para tu Independencia" (basado en un prima única) y con "Ser la referencia para los Mayores" (basado en una renta vitalicia).



MAPFRE RE Seguros paramétricos

PILOTO

MAPFRE RE está investigando sobre el índice o seguros paramétricos para el sector agrario y está evaluando el prototipo de la herramienta con el equipo de suscriptores de India.

MÉXICO Wheels

DESPLIEGUE LOCAL

APP implantada entre los empleados de MAPFRE que facilita el transporte principalmente en vehículos y rutas de bici. Así, se contribuye a la reducción del CO2.



BRASIL Residencia Tercera Edad

PILOTO

Lanzamiento del concepto de seguro residencial con beneficios y servicios que agreguen valor al segmento de tercera edad.



IBERIA miTaller MAPFRE

PILOTO

Para realizar revisiones y mantenimiento en los talleres concertados, con ofertas y ventajas exclusivas para los Clientes MAPFRE. Está en fase piloto con los empleados en Madrid y forma parte del programa MAPFRE Mobility Solutions dentro de la Iniciativa Estratégica Corporativa SAM 3.0.



miTaller
MAPFRE

CHINA Pagos integrados

PROTOTIPO

Solución móvil que permite al usuario final solicitar un servicio de asistencia en carretera con solo tres clics, integrando el pago y el seguimiento de casos, todo a través de WECHAT.





SIGUE TODAS
SUS INICIATIVAS EN
WWW.VERTI.COM

Verti U.S. lanza EL SEGURO DIGITAL PARA AUTOMÓVILES en Pennsylvania



TEXTO Y FOTOS **VERTI U.S.**

Verti U.S., la nueva compañía de seguro directo completamente digital y dependiente de MAPFRE USA, ha lanzado, exclusivamente en el estado de Pennsylvania, su primera oferta de productos. Para este lanzamiento se seleccionaron ciertos condados de Pennsylvania en los que a su vez se hizo una segmentación para localizar a aquellas personas que prefieren el autoservicio a la hora de operar con su seguro de automóviles. Además se eligió Pennsylvania por su marco regulatorio, similar al de muchos otros estados del país, y porque se trata del

sexto mercado de los Estados Unidos. Ahora, y a medida que Verti empiece a ofrecer cobertura en todo el estado, los conductores de Pennsylvania podrán contratar sus seguros de automóvil con esta nueva opción que combina tanto la atención personal como la comodidad del acceso a través del teléfono móvil.

Para diseñar este modelo, Verti U.S. mantuvo encuentros con muchas personas en sus propios domicilios. El objetivo era diseñar una nueva empresa que ofreciese un seguro de automóvil simple e inteligente, centrado en responder a

las necesidades de las personas. Se elaboró un nuevo enfoque respecto al seguro del automóvil, ofreciendo a los clientes la comodidad de una experiencia digital sólida combinada con una atención personalizada. La idea era también que conocieran de qué forma las compañías de seguros, lejos de ser un gasto más al que hacer frente, pueden marcar la diferencia.

El primer paso por parte de Verti U.S. fue diseñar una “experiencia” móvil, intuitiva y sencilla, que permitiera que estos clientes seleccionados en Pennsylvania pudieran cambiar fácilmente en sus seguros de vehículo, conductor y cobertura por sí mismos. Al tiempo, disponían de la opción de enviar informes y gestionar los partes de siniestro y los pagos de prima digitalmente. Verti U.S. utiliza un lenguaje sobre seguros

“SE TRATA DE UN PASO SIGNIFICATIVO, YA QUE VERTI U.S.

ABRE UN **NUEVO CANAL DIGITAL PARA MAPFRE EN PENNSYLVANIA**, QUE IMPLICA UN AVANCE EN LA COMPLEJIDAD DE NUESTRAS CAPACIDADES DE ALTA TECNOLOGÍA, SIN RENUNCIAR AL COMPROMISO CON NUESTRO CANAL MÁS VALORADO, LOS AGENTES INDEPENDIENTES”.

Pat McDonald, CEO de la región nordeste de MAPFRE INSURANCE

simplificado y vídeos online para explicar al cliente todas las características de una póliza.

Además, la compañía pone en contacto a cada cliente con un asesor personal cuyo trabajo consiste en conocerle, ayudarlo a abordar sus necesidades particulares y lograr que confíe en el uso de estas herramientas autoservicio móviles para obtener el máximo rendimiento de su cobertura dónde y cuándo quiera.

“Hemos adoptado un enfoque novedoso para el seguro del automóvil, incorporando en tiempo real datos externos de diversas fuentes en los procesos de marketing, compra y suscripción, para dirigirnos a segmentos más cercanos a nuestra propuesta de valor y simplificarles la toma de decisiones, añadiendo además mecanismos para que puedan definir sus



Alfredo Castelo, CEO de MAPFRE en Norteamérica, y Marcos García March, director general de Verti U.S., en el lanzamiento de la nueva compañía.

opciones de manera consciente y fundamentada”, comentó Marcos García March, director general de Verti U.S. “Hemos iniciado nuestra actividad en Pennsylvania y cada semana estamos introduciendo ajustes derivados de las opiniones de nuestros clientes y de las métricas de negocio digital, esforzándonos de forma constante para superar las expectativas de nuestros clientes”.

Verti U.S. dará servicio a un segmento de clientes distinto de aquél que acude al modelo de seguro tradicional de MAPFRE, centrándose fundamentalmente en clientes que prefieren realizar sus actividades de manera virtual conectándose a través de plataformas móviles. Así, Verti U.S. logra que MAPFRE en Estados Unidos alcance un nuevo nivel de interacción digital con los clientes de Pennsylvania y ofrecerá

“HEMOS DISEÑADO UN ENFOQUE TOTALMENTE NOVEDOSO EN LO QUE RESPETA AL SEGURO DEL AUTOMÓVIL, OTORGANDO A LOS CONDUCTORES LA POTESTAD DE ADOPTAR DECISIONES INFORMADAS ACERCA DEL TIPO DE COBERTURA NECESARIA EN CADA CASO PARTICULAR”

Marcos García March director general de Verti U.S.

una experiencia totalmente digital a estos clientes que prefieren relacionarse online con su compañía de seguros.

Los avances tecnológicos de Verti U.S. abrirán futuras oportunidades digitales de gran alcance para MAPFRE INSURANCE. La experiencia adquirida a través de Verti U.S. se compartirá en toda la

organización de MAPFRE INSURANCE, en un esfuerzo firme para optimizar de manera continua la actividad comercial dirigida a nuestro valioso canal de agentes independientes. “Se trata de un paso significativo, ya que Verti U.S. abre un nuevo canal digital para MAPFRE en Pennsylvania, que implica un avance en la complejidad de nuestras capacidades de alta tecnología, sin renunciar al compromiso con nuestro canal más valorado, los agentes independientes”, dijo Pat MacDonald.



El director general de Verti U.S., Marcos García March, se sienta a conversar con una clienta real en su domicilio para conocer de primera mano su experiencia con las compañías aseguradoras.



Traducciones en la época digital

SERVICIO DE TRADUCCIONES CORPORATIVAS DE MAPFRE



TEXTO DONAL RUANE | ILUSTRACIÓN THINKSTOCK

A medida que MAPFRE avanza en su expansión internacional, la demanda de traducciones crece cada año. ¿Qué clase de textos traducimos? Políticas corporativas, notas de prensa, informes anuales, nuevos elementos destinados a la intranet global, presentaciones internas y externas y ponencias, recursos de formación, revistas corporativas, contenido para redes sociales, aplicaciones tecnológicas, documentos jurídicos y contratos laborales, contenido web... la lista continúa.

Tras la adopción formal del inglés americano y el portugués brasileño junto con el español como lenguas corporativas en diciembre de 2012, se tomó la decisión de crear un servicio de traducciones corporativo con tres objetivos principales:

- Responder de forma eficiente a las necesidades de traducción corporativa de MAPFRE
- Reducir los costes y los tiempos de entrega de las traducciones
- Unificar y estandarizar la terminología esencial

Inicialmente, alcanzar estos objetivos implicó consolidar el número de proveedores de traducción que prestan servicios al Grupo MAPFRE. Tras convocar una rigurosa licitación pública, se escogieron tres proveedores corporativos oficiales. Centralizar el grueso de nuestras necesidades de traducción utilizando los servicios de solo tres proveedores permitió a MAPFRE aprovechar su poder de compra y negociar precios más competitivos. Cada proveedor trabaja con la misma memoria de traducción (TM), el mismo glosario corporativo aprobado y la misma guía de estilo, lo que garantiza entregas más rápidas y un mayor grado de coherencia respecto a todos los textos que se envían a traducir. Asimismo, el hecho de tener varios proveedores a nuestra disposición nos permite

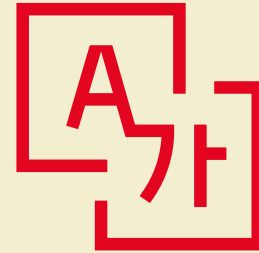
ARGOT DE TRADUCCIÓN

Te presentamos algunos de los términos más utilizados en el mundo de las traducciones:

TRADUCCIÓN / Se trata del proceso que implica verter las palabras de un idioma a otro, para comunicar el sentido del texto original (la fuente) en un idioma distinto (el destino).

LOCALIZACIÓN / Lograr un producto (informe, sitio web, aplicación) que resulte lingüística y culturalmente apropiado respecto a un determinado lugar definido (país/región e idioma).

TRADUCCIÓN ASISTIDA POR ORDENADOR (CAT)/TRADUCCIÓN AUTOMATIZADA (MAT) / Una traducción asistida por ordenador o una traducción automatizada es una traducción humana realizada con la ayuda de herramientas lingüísticas especializadas. Un traductor humano lee y deduce el significado del texto fuente y lo traduce al lenguaje objetivo, pero aprovecha las ventajas que ofrecen las herramientas de traducción informatizadas que permiten trabajar de forma más rápida y precisa.



MEMORIA DE TRADUCCIÓN / Una memoria de traducción (TM) es una base de datos centralizada que almacena todas las palabras, frases y/u oraciones completas que han sido utilizadas en proyectos de traducción previos de la empresa.

RECICLAJE / Análisis de un nuevo texto fuente comparado con los contenidos de la memoria de traducción para determinar qué cantidad de texto se ha traducido anteriormente, tanto en términos parciales como totales.

ACTIVOS LINGÜÍSTICOS / Los activos lingüísticos comprenden los glosarios aprobados, las guías de estilo corporativo y las memorias de traducción validadas. Dichos activos mejoran la precisión y la coherencia de las traducciones y garantizan que los distintos traductores y proveedores de servicios lingüísticos trabajen respetando una serie de reglas predefinidas.

ELEMENTOS NO EDITABLES / PDF, capturas de pantalla, imágenes... cualquier elemento fuente que no pueda ser manipulado en una herramienta de traducción.

procesar trabajos con grandes volúmenes respetando las fechas de entrega, ya que la carga de trabajo puede distribuirse entre estos. Esto resulta especialmente relevante en el momento en que comienza el ejercicio financiero, cuando varias empresas del grupo necesitan traducir sus cuentas anuales y sus informes de gestión al inglés, al tiempo que MAPFRE prepara la Junta General de Accionistas y se debe entregar una gran cantidad de documentación en los tres idiomas corporativos.

El proceso de traducción

Naturalmente, los usuarios de MAPFRE que solicitan traducciones están fundamentalmente interesados en obtener sus textos traducidos con la mayor rapidez posible. Resulta útil saber qué ocurre entre bambalinas a la hora de procesar un trabajo de traducción, de tal forma que los usuarios sean conscientes del flujo de trabajo implicado y, por tanto, comprendan mejor cómo preparar correctamente sus archivos para la traducción y garantizar que sus traducciones se entreguen a tiempo.

El diagrama que aparece a continuación ilustra la notable diferencia que existe entre la percepción del proceso de traducción que tiene la mayor parte de los usuarios y la

DOS TENDENCIAS SIGNIFICATIVAS EN EL MUNDO DE LA TRADUCCIÓN

LA TRADUCCIÓN AUTOMATIZADA

implica la traducción de textos realizada por un ordenador sin intervención humana. Constituye un proceso basado en reglas, incluyendo una extensa serie de normas idiomáticas y gramaticales, a lo que se agregan diccionarios especializados que están centrados en sectores o disciplinas específicas. Actualmente, la traducción automática neuronal (NMT, por sus siglas en inglés) logra que las máquinas aprendan cómo traducir a través de una red neuronal centralizada, lo que comprende efectivamente diversos dispositivos de procesamiento modelados en el cerebro humano. La NMT ofrece la mejor opción para lograr traducciones más "naturales".

LA TRADUCCIÓN DE CHAT EN TIEMPO REAL

facilita la traducción instantánea de mensajes de chat entre clientes y agentes de la empresa. Esta tecnología en evolución mejora la experiencia del cliente garantizando la coherencia en el soporte al cliente en diversos idiomas. Los estudios realizados demuestran que un agente de soporte en línea puede gestionar hasta cuatro interacciones por chat de manera simultánea, a diferencia de lo que ocurre con los agentes de soporte telefónico que solo pueden gestionar una llamada por vez.

realidad que implica generar una traducción de calidad.

Cómo obtener la mejor traducción

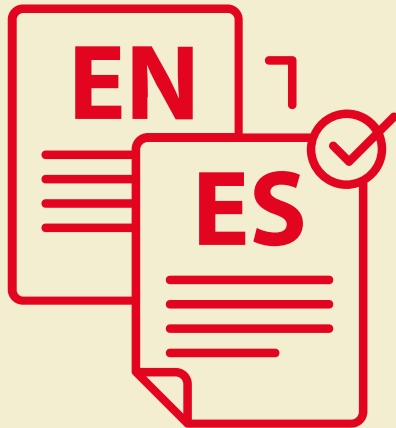
¿Qué puede hacer el usuario de MAPFRE para asegurarse de que sus archivos se traduzcan correctamente y se entreguen sin demora? En resumidas cuentas: hay que tener un plan. Planificar adecuadamente un proyecto de traducción constituye la etapa más importante a la hora de garantizar la obtención de una traducción de calidad. Trabajando con una memoria de traducción (TM), un traductor profesional puede procesar hasta 2.000 palabras por día y siempre se aconseja utilizar los servicios de un único traductor para procesar un texto completo y garantizar así la coherencia del mismo.

Veamos de qué forma el usuario de MAPFRE puede contribuir a garantizar que los archivos fuente se procesen de la forma más eficiente posible:

- **Precisión:** revisa el documento antes de proceder a su envío.
- **Claridad:** las estructuras ambiguas o excesivamente largas pueden confundir al traductor.
- **Coherencia:** comprueba la cohesión y la coherencia del documento por partida doble.
- **Elección de las palabras:** intenta evitar el uso de palabras polisémicas.
- **Tono:** ¿formal o informal?

LO QUE EL USUARIO VE

1. El usuario de MAPFRE envía los archivos fuente que deben traducirse
2. Se traducen los archivos fuente
3. Entrega de los archivos traducidos al usuario de MAPFRE



LO QUE HAY POR DETRÁS

1. El usuario de MAPFRE envía los archivos fuente que deben traducirse
2. Recepción de los archivos fuente por parte del proveedor de servicios lingüísticos [LSP]
3. Conversión de los archivos fuente a un formato de memoria de traducción (TM) válido
4. Análisis de los archivos fuente empleando la TM
5. Creación y envío del presupuesto y la indicación de la fecha de entrega al usuario de MAPFRE
6. Aprobación del presupuesto por parte del usuario de MAPFRE
7. El proveedor de servicios lingüísticos localiza al traductor idóneo
8. El traductor trabaja con la TM y los glosarios aprobados
9. Revisión de la traducción utilizando la TM y los glosarios aprobados
10. Conversión de la traducción al formato de archivo fuente original
11. Trabajo de maquetación (si resulta necesario)
12. Aprobación final en el formato de archivo final
13. Envío de los archivos traducidos al usuario de MAPFRE
14. Actualización de la TM y los glosarios

Asegúrate de que el idioma utilizado en el archivo fuente refleje el tono que desee emplear en la traducción.

- **Argot:** si el archivo contiene argot técnico y/o acrónimos, asegúrate de explicarlo con claridad.
- **Formato:** el archivo fuente debe presentarse en un formato editable. Las capturas de pantalla, las imágenes, etc., no se localizan con facilidad y la conversión de dichos elementos a un formato editable implica un aumento de los costes y mayores tiempos de entrega.

De todos los puntos enumerados anteriormente, probablemente el último constituye el más importante. Muchos archivos

EN CIFRAS

TRABAJAMOS CON TODAS LAS ÁREAS CORPORATIVAS Y UNIDADES DE NEGOCIO

MÁS DE

3.000

SOLICITUDES DE TRADUCCIÓN

PROCESADAS CADA AÑO

5

MILLONES DE PALABRAS

ENVIADAS A TRADUCIR ANUALMENTE

47

PARES DE IDIOMAS

recibidos para su traducción incluyen capturas de pantalla de una tabla o de un gráfico y la mayor parte de los usuarios no son conscientes de que no resulta posible traducir dichos elementos directamente. Primero deben convertirse a un formato editable, luego deben traducirse y volver a su formato original, tras lo cual se insertan en el archivo de traducción final.

De esta manera, la próxima vez que prepares un documento que deba traducirse, por favor, recuerda incorporar el proceso de traducción en tu cronograma de proyecto. ¡Juntos podemos lograr lo que nos propongamos en cualquier idioma!





SIGUE SUS
ACTIVIDADES
EN LAS
REDES
SOCIALES

EMPLEADOS CON UN DON



TEXTO **MARÍA JESÚS PÉREZ FUENTES** | ILUSTRACIÓN **THINKSTOCK**

Merve y Gemma pasan horas en las redes sociales. Hasta aquí, nada destacable. Pero si te decimos que nuestras compañeras son unas dedicadas *instagramer* y *youtuber*, respectivamente, y que su afición por la gastronomía les ha llevado a crearse una sólida base de seguidores y generar contenidos de gran calidad, entenderás por qué son protagonistas de esta sección. Además, te presentamos a Ivan que, a través de su ONG, ayuda a que jóvenes de todo el mundo puedan viajar y realizar intercambios culturales. Víctor te dejará encandilado con su dedicación a la volcanología que, sin duda, es una de las aficiones más peculiares que hemos retratado en esta sección. Estos cuatro compañeros tienen un don que quieren compartir contigo. No esperes más para conocerlos.

MERVE GEDIKLI
ASISTENTE ACTUARIAL ESPECIALISTA
EN EL DEPARTAMENTO TÉCNICO
DE TURASSIST. TURQUÍA

La fotografía siempre ha estado presente en la vida de Merve. Ya de pequeña le gustaba retratar momentos especiales, pero fue hace solo tres años cuando encontró en Instagram la plataforma perfecta para dar difusión a su expresión artística. Lo que comenzó siendo un simple hobby, le ha llevado con apenas 22 años a ser una de las insta-foodies más seguidas de Turquía. Su cuenta ([@instagurmesi](#)) tiene alrededor de 88.000 seguidores que esperan ver cada día con qué delicia culinaria les sorprende en su perfil.

Merve trabaja en las oficinas de Asistencia de Estambul. El hecho de que cada semana pueda visitar nuevos restaurantes y conocer a gente distinta es una de las partes más gratificantes de su afición. “Me ha cambiado, porque puedo conocer culturas y estilos de vida diversos mientras descubro comida de otros países”, relata. ¿Su favorita? La comida china, aunque también ha realizado un descubrimiento sobre su propio país, “la gastronomía turca, una de las más variadas del mundo, con cientos de platos distintos”. A Merve le inspira la mezcla de culturas y por eso, se ha propuesto un reto: recorrer el mundo a través de los platos más representativos de cada país.

Pero su afición por la gastronomía no se limita a Instagram, ya que a veces pone en práctica sus recetas



favoritas, “participé en un concurso de noodles en Shangri-La Bosphorus, en Estambul y gané!”. Se me dan bien ambas, cocinar y comer”.

Nuestra compañera también ha sabido convertir su afición en una útil herramienta para su carrera profesional. “Me ayuda en el desarrollo de mi trabajo, porque me permite imaginar nuevas formas de solucionar problemas y de integrar la tecnología con el negocio”. Estos días las fotos y vídeos de nuestra compañera versan sobre

pizzas caseras, kebabs y sushi. Nos despedimos de ella con un consejo para todos los que aún no se han decidido a dar el paso de compartir su afición con los demás: “En vez de guardarte tus ideas para ti mismo, trabaja duro y compártelas con la gente. Ellos te seguirán.

**TOMA ACCIÓN
Y CREA ALGO NUEVO,
CREE EN TI MISMO**



GEMMA BALLESTEROS
ASISTENTE DE DIRECCIÓN ÁREAS
DE CONTROL Y ESTRATEGIA.
MAPFRE ASISTENCIA. ESPAÑA

“Creo recetas prácticas que ayudan a la gente a simplificar, de modo que un plato no les lleve toda la tarde en la cocina”. A priori, el don de Gemma es simple, pero si tenemos en cuenta que esto lo hace desde dos canales de YouTube distintos, para sus más de 13.500 suscriptores, nos encontramos antes un claro ejemplo de un don 3.0.

Hace dos años, nuestra compañera creó Cocina con Gemma, una web y un canal de YouTube desde donde traslada su pasión por el mundo culinario. La idea de utilizar esta plataforma le surgió porque solía tener las recetas apuntadas en cuadernos, ya que nunca recordaba las cantidades exactas. “Ahora,

cuando alguien me pide una receta, puedo decirles, ‘visita Cocina con Gemma y allí la tienes paso a paso’ ”.

Detrás de esta afición, existe un laborioso proceso de creación y prueba de recetas, grabación, edición y publicación del material final.

CULTIVAR AQUELLO
QUE TE GUSTA,
TE RELAJA O
SIMPLEMENTE TE
HACE SENTIR BIEN,
SIEMPRE ES UNA
GRAN IDEA

¿Lo mejor? El feedback de sus seguidores, “me acuesto y me levanto cada día con maravillosos comentarios,

emails, mensajes en Facebook, Twitter... de gente a la que le gustan mis vídeos, niños que quieren esa tarta de cumpleaños que he publicado, o una señora a la que mi receta de pimientos le recordó a su infancia...”.

A Gemma este hobby le ayuda a aprender a organizarse mejor, lo que contribuye a su desarrollo profesional. “Practicar con frecuencia una afición que te gusta es como tomarte unas vacaciones mentales en medio de las exigencias cotidianas. Desconectamos del estrés y las preocupaciones y realizamos una actividad gratificante que requiere un desarrollo de destrezas muy ligado al crecimiento personal”, nos cuenta.

Además, su afición le ha reportado algunos reconocimientos de los que

se siente orgullosa: “Tengo el primer premio de Dialhogar 2017 al blog más votado por el público, y también el primer premio al blog en la categoría de cocina”.

Y por si no fuera suficiente, en julio de este año, Gemma creó el canal Cocina Geek, especializado en platos relacionados con sus personajes favoritos de videojuegos, series, mangas y anime. Además, nuestra compañera tiene su propia sección en la revista especializada *Gamestribune*.

No es de sorprender que su desparpajo a la hora de enseñar a cocinar, le haya proporcionado una base de seguidores que ya le han hecho vivir momentos curiosos, como cuando a la salida de un evento organizado por YouTube, un par de chicas se acercaron a pedirle una foto y un autógrafo, “era la primera vez que me ocurría y me hizo mucha ilusión encontrarme con seguidoras del canal”.

Para concluir — y mientras nosotros apuntamos la receta de pudín de frutas que acaba de publicar —, Gemma nos deja una recomendación: “Desarrollar una afición te hará disfrutar y reponer energías, porque es un regalo hacia ti mismo, desarrollarás tu talento, estarás más motivado, relajado y feliz”.



IVAN YANKOV SUSCRIPTOR E INNOAGENTE. MAPFRE RE. REINO UNIDO

Desde siempre, Ivan ha sentido curiosidad por el mundo que le rodea. El hecho de haber nacido en un país pequeño como Bulgaria le inculcó el afán de viajar y conocer el resto del mundo, de buscar nuevas amistades y de, en cierta forma, convertirse en embajador de su país. “Es muy habitual cuando viajo que sea el primer búlgaro que la gente conoce, por lo que la responsabilidad sobre la impresión que causas es mayor, por un lado, te representas a ti mismo y por otro, a todo tu país”.

Este es uno de los motivos por los que hace 19 años decidió crear junto a un grupo de amigos la ONG OPEN MIND. “En mi adolescencia me tocó vivir la transición de Bulgaria a la democracia y nuestra integración en la Unión Europea.

Vimos la necesidad de ayudar a los jóvenes búlgaros a conocer mundo, y al resto de la gente a conocernos a nosotros”. Desde OPEN MIND se dedican a realizar intercambios juveniles y proyectos sociales, la mayoría, subvencionados por fondos europeos u organismos internacionales.

Música, danza, teatro, derechos humanos, ecología, deporte, educación... las categorías son tan diversas como los propios proyectos que llevan a cabo. “Juntamos a jóvenes procedentes de distintos países e interesados en un tema en concreto, para que vean cómo se desarrolla en cada uno de los países de donde provienen. El 50% del tiempo se dedica a la propia temática y el otro 50%, al intercambio multicultural y humano, con el objetivo de demostrar a los jóvenes que, aunque distintos, somos iguales! Tenemos aspiraciones, valores



y sentimientos muy parecidos”, explica Ivan.

El camino hasta aquí no ha sido fácil, sobre todo por las trabas burocráticas que se han encontrado a lo largo del proceso. Pero peor aún fue vencer los propios miedos y luchar contra los prejuicios. “La mejor recompensa, sin duda, es haber apoyado a más de 3.000 jóvenes a traspasar las fronteras de su país, a abrir los ojos y a entender y aceptar lo desconocido”.

Ivan es suscriptor en Londres, labor que se ha visto reforzada por su afición, “me ha hecho más comunicativo y paciente”. Nos cuenta que, además, su ONG colabora con otras organizaciones, gracias en parte a la red de contactos profesionales que se ha ido creando a lo largo de los años. Como ejemplo, durante su estancia como director de Operaciones de

India Assistance en Mumbai, colaboró con The Bicycle Project, que facilitaba bicicletas de segunda mano a niños de pueblos lejanos para ayudarles a llegar a la escuela cada día. “A través de contactos de expatriados y compañías de mudanzas llegamos al acuerdo de rellenar con bicicletas de segunda mano los espacios vacíos de los containers de algunas mudanzas internacionales. Las bicis provenían de grandes ciudades europeas donde OPEN MIND tenía contactos y una red para organizar la recogida”.

Ivan se despide expresando un deseo: “Vivo con la ilusión de que un día pueda desarrollar un proyecto social en colaboración con Fundación MAPFRE, abriendo horizontes hacia Asia, pero siempre es mejor si puede ir de la mano de una labor social con la que la población local relacione la marca MAPFRE”.

NO HAY NADA MEJOR QUE ENCONTRARSE A UNO MISMO Y VIVIR Y REGALAR EXPERIENCIAS. ANIMO A TODOS A QUE NO TENGAN MIEDO, Y A QUE SE LANZEN A LA BÚSQUEDA DE SUS SUEÑOS



VÍCTOR FERNANDO MARFULL
ANALISTA DE SEGURIDAD
Y MEDIO AMBIENTE.
MAPFRE CHILE

A Víctor, la vida le llevó por el camino de la ingeniería, pero desde niño lo que le atraía era la ciencia, la geología, la paleontología o la astronomía. Fue a los 10 años, durante unas vacaciones en el sur de Chile cuando por primera vez pudo observar un volcán activo —el Villarrica—, y fue tal su impresión al contemplar ese grandioso espectáculo, que derivó en una gran afición por la Volcanología y las Ciencias de la Tierra.

Con 26 años conoció al volcanólogo Werner Keller, quien pasó a convertirse en su maestro en temas científicos. Por aquella época y junto al estudiante de Geología Jorge Romero, creó Volcanes de Chile, donde ejerce de jefe de proyecto, editor y fotógrafo.

Organismos científicos como la Asociación Internacional de Volcanología y Química de la Tierra Interior (IAVCED); el Global Volcanism Program, Smithsonian Institution (GVP); L'Assotiation Volcanologique Européenne (LAVE); el Servicio Geológico de los Estados Unidos (USGS); y Universidades Chilenas, han reconocido la calidad de su trabajo, algo de lo que nuestro compañero se siente muy orgulloso.

Además, este año Víctor ha puesto en marcha la Fundación Volcanes de Chile, con el principal objetivo de estudiar, investigar y difundir las Ciencias de la Tierra, con especial énfasis en la Volcanología; acercando conocimientos y conceptos científicos a las comunidades para su mejor comprensión y valoración. “En una época en la que predomina lo inmediato y se desvaloriza el trabajo hecho con pasión y dedicación, el mundo necesita personas que nos ayuden a comprender y a reflexionar”, afirma.

En MAPFRE CHILE, entre otras tareas, se dedica a la implementación del Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energético, labor que se ha visto enriquecida por su afición a la volcanología. “Poder comprender, valorar y observar cuestiones como el cambio climático ha incentivado

a que refuerce mi compromiso para lograr el cumplimiento de nuestra Política Medioambiental, valorando de la mejor manera el esfuerzo y la preocupación demostrada por MAPFRE en este ámbito”.

A día de hoy, para Víctor, la mayor recompensa que le genera esta afición es la misma que perseguía de niño: “Seguir fascinándome con la belleza y magnitud de estos fenómenos naturales”.



**EXPRESA INTERÉS
POR LOS TEMAS
QUE TE APASIONAN
Y TE MUEVEN, NO TE
QUEDES EN EL, PODRÍA
O ME GUSTARÍA**





VISITA
NUESTRA
EDICIÓN
DIGITAL



BUSCANDO PARCHES PARA EL OJO DE GRAN HERMANO

Consejos de seguridad digital

TEXTO JAVIER ORTEGA | ILUSTRACIÓN THINKSTOCK

Aunque hoy la mayoría asocia el concepto *Big brother* a un fenómeno televisivo, la realidad digital en la que estamos inmersos bien podría remitirnos a la intuición profética del **ojo que todo lo ve** concebido por George Orwell en su novela *1984*. Vivimos en una especie de casa de cristal. **Cualquier cosa que hacemos en internet deja huella.** Aunque creamos que nuestras comunicaciones son seguras, el simple hecho de estar conectados hace que mucha más gente de la que creemos tenga acceso a nuestra información.

En la era de la “democratización digital” el porcentaje de ciudadanos con conexión a internet se incrementa a diario. La generalización del uso de internet ha traído innumerables ventajas pero también lleva asociados algunos inconvenientes. El mayor riesgo es el acceso impune a nuestra información por parte de terceros. Evitar que estos invitados no deseados se cuelen en nuestra vida depende en gran medida de cada uno de nosotros.

No hay métodos infalibles pero se puede empezar por subir la guardia y desterrar la sensación de confianza que tienen los que piensan que estas cosas siempre les pasan a otros. La clave no es tener miedo a usar los recursos digitales a nuestro alcance, sino crecer como ciudadanos digitales responsables y tomar conciencia de cuáles son las normas básicas para el uso seguro de Internet. Esta actitud es la que deben adoptar también las empresas a la hora de afrontar los riesgos que acechan y trabajar para mejorar la experiencia de sus clientes. Para Guillermo Llorente, subdirector general de

Seguridad y Medio Ambiente de MAPFRE, “no se puede vivir al margen de esta realidad, que está aquí para quedarse. No tenemos que preocuparnos, sino ocuparnos”.

Opciones a nuestro alcance

PC, portátil, teléfono móvil, tableta, smart TV, relojes inteligentes... Nuestras opciones de conexión crecen sin parar y con ellas se multiplican los lugares en los que se almacena parte de nuestra información privada como la agenda de contactos, contraseñas de servicios bancarios, correos electrónicos, fotografías y vídeos, etc. Conviene, en primer lugar, tener claras las opciones de seguridad que nos ofrece cada dispositivo al que nos conectamos y, en aquellos casos en los que sea posible, protegerlos con una solución de seguridad pensada particularmente para ellos, como un antivirus u otras aplicaciones específicas. También es importante tener siempre actualizado el software o sistema operativo base (Windows, MacOS, iOS, Android...) de cada aparato, ya que en las versiones más recientes se contemplan las

últimas lagunas de seguridad detectadas. No hacerlo puede tener consecuencias. En España, por ejemplo, uno de cada cuatro casos de asistencia informática que resuelve el seguro está relacionado con problemas de virus y con la instalación de antivirus.

Con un simple vistazo a tu navegador puedes comprobar si existen complementos que no usas o, simplemente, no recuerdas haber instalado. De darse el caso, debes deshabilitarlos. Hay veces que, al descargar algún programa y pulsar el botón de aceptar, sin darnos cuenta, estamos autorizando la instalación de otras utilidades que muchas veces recopilan nuestros datos de navegación o, en el peor de los casos, pueden ser vías para introducir virus o *software* malicioso (*malware*). Otra recomendación básica, y de la que solo nos solemos acordar cuando ya es tarde, es la de hacer con frecuencia copias de seguridad de nuestro dispositivo. Llegado el caso, si se realiza periódicamente esta práctica puede minimizar considerablemente la pérdida de datos e información importante.

Peligros en red

Aunque el ordenador es donde parece más obvia la necesidad de controlar la seguridad, estas precauciones pueden trasladarse a otro tipo de aparatos que forman parte de nuestro ecosistema doméstico y han incorporado últimamente internet a su funcionamiento, como las smart TV o las videoconsolas.

La configuración de opciones de seguridad no acababa en nuestros terminales. Cada app, la



PARA HABLAR DE UNA **SEGURIDAD ALTA** SE RECOMIENDA USAR EN ELLA POR LO MENOS **12**

CARACTERES QUE INCLUYAN MAYÚSCULAS, MINÚSCULAS, SÍMBOLOS Y NÚMEROS.

PRECAUCIÓN
Y SENTIDO
COMÚN

mayoría de las webs y, por supuesto, todas las redes sociales (se acceda a ellas de una u otra manera) tienen sus propios ajustes de privacidad (en el caso de las app, este espacio suele identificarse con el icono de una rueda dentada). Por lo general, accedemos a este espacio la primera vez que tomamos contacto con un sitio o aplicación pero luego cae en el olvido. No es mala costumbre revisar este rincón de vez en cuando. Además, las políticas de privacidad de los sitios web cambian constantemente y, aunque están obligados a avisarnos, es importante revisarlas.

Otro aspecto fundamental a la hora de protegerse tiene que ver con el uso de contraseña. Para hablar de una seguridad alta se recomienda usar en ella por lo menos 12 caracteres que incluyan mayúsculas, minúsculas, símbolos y números. No hay que usar una misma combinación en más de una aplicación o

dispositivo porque si se da un caso de vulnerabilidad en algún servicio y se filtran las claves (sucedió, por ejemplo, con Adobe) los piratas tendrían las cosas más fáciles.

Descargar software o ficheros de audio y vídeo sin licencia, además de ilegal, es una de las formas más habituales que usan los ciberdelincuentes para acceder a nuestros dispositivos. La mejor manera de evitarlo es no ejercer de piratas. Al final, todo se resume en seguir unas pautas básicas que son igualmente válidas para el mundo offline: ante todo, precaución y sentido común.



ALGUNAS CLAVES BÁSICAS

1/

Utiliza contraseñas alfanuméricas en tus cuentas y evita que las claves se basen en información personal (DNI, número de teléfono, fecha de nacimiento, nombres de familiares, etc.) o patrones muy sencillos (12345).

2/

No uses la misma contraseña en más de un lugar y renuévalas periódicamente.

3/

Evita navegar en redes Wi-Fi abiertas, y si lo haces no accedas a cuentas personales de email, banco, redes sociales, etc.

4/

El router que tenemos en casa es la principal puerta de acceso a tu red doméstica y a todos los dispositivos conectados a ella, especialmente con el acceso Wi-Fi. Asegúrate de que el nivel de seguridad de acceso a la Wi-Fi está en WPA2 y que la contraseña de acceso es robusta.

5/

Modifica la contraseña y el nombre de usuario que viene por defecto con el router. Hay aplicaciones especialmente diseñadas para adivinar los patrones seguidos por las compañías telefónicas para las claves de acceso que tienen asignadas.

6/

Instala antivirus o aplicaciones de seguridad pensadas para cada tipo de dispositivo.

7/

Navegando, nunca abras links o ficheros adjuntos sospechosos, aunque puedan proceder de alguien conocido y bajo ninguna circunstancia si no conocemos a quién los remite.

8/

En las compras online, verifica que operas en webs conocidas y seguras antes de realizar cualquier tipo de pago (deben usar el protocolo https:// y generalmente aparece un candado en la barra de dirección).

9/

No instales programas si desconoces el fabricante y descárgalos siempre de la página oficial del mismo. Si son de pago y los encuentras gratis en otras páginas será por algo.

10/

Aumenta la seguridad de tus tarjetas de crédito para el uso en Internet. Hoy en día los bancos ofrecen este servicio de forma gratuita, introduciendo medidas de seguridad adicionales como envío de SMS o preguntas de verificación que evitan a terceros hacer uso en internet de nuestras tarjetas aunque dispongan de todos los datos.



¿SABÍAS QUE?

SE TARDA **10 MINUTOS**

EN HACKEAR UNA CONTRASEÑA DE **6 CARACTERES MINÚSCULAS**

SE TARDA

3 AÑOS

EN HACKEAR UNA CONTRASEÑA DE **8 CARACTERES CON ALGUNAS LETRAS MAYÚSCULAS**

SE TARDA

44.530 AÑOS

EN HACKEAR UNA CONTRASEÑA DE **9 CARACTERES CON NÚMEROS Y SÍMBOLOS**

BLOCKCHAIN

*la tecnología que pretende
cambiar el mundo*



TEXTO **MARINA CALVO** | FOTOGRAFÍAS **THINKSTOCK**

El potencial de esta tecnología que sostiene *bitcoin* y la mayoría de criptomonedas es tan grande que los expertos aseguran que transformará las relaciones y ayudará a las organizaciones a captar talento en el nuevo Internet del valor. Aún en fase de desarrollo comercial, vaticinan que traerá una auténtica revolución centrada en los ciudadanos si finalmente se cumplen las expectativas que ha generado en una década.

Haz la prueba, pregúntate a ti mismo cuándo fue la última vez que escuchaste hablar de *Blockchain*, sondea a tus amigos, consulta las hemerotecas y la web del prestigioso MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts), recurre a Google y llegarás a la conclusión de que te suena el término de moda, pero poco más. A pesar del nivel de recurrencia, no es fácil explicar cómo funciona ese paraguas tecnológico del que todos hablan en las organizaciones y que los expertos, en gran medida, admiten desconocer.

Es natural. Para entender en profundidad el sistema explican los especialistas que es necesario tener el nivel de matemáticas que se usa en la astrofísica, saber de tecnología y de arquitectura de redes, entender de criptografía y sumarle a todo ello conocimientos de economía y una preparación teórica previa sobre sus fundamentos. Ante la dificultad de reunir el conjunto de criterios, que hará desistir a la mayoría, en este artículo trataremos la filosofía que rodea a *Blockchain* y cómo puede contribuir a cambiar el mundo.

Empresas, emprendedores y gobiernos realizan a diario inversiones millonarias para desarrollar esta tecnología y ubicarse en buena posición

“EL MUNDO PODRÍA
SER EN UN FUTURO
**7.000 MILLONES
DE NODOS CONECTADOS
EN RED, SIN
INTERMEDIARIOS”**

Alex Preukschat, coordinador
de Blockchain España

ante lo que muchos han denominado la próxima revolución industrial: el Internet del valor, expresión que define el siguiente paso evolutivo de la red permitiendo compartir valor de forma descentralizada, es decir, sin intermediarios, que es precisamente lo que posibilita *Blockchain*.

Nacida en 2009 como espina dorsal de *bitcoin*, la criptomoneda más popular del mundo, en inglés *Blockchain* significa “cadena de bloques”. Pero la tecnología que sustentó el lanzamiento de la moneda virtual no regulada por excelencia puede servir para mucho más y hacer saltar por los aires la hilera de intermediarios en otros servicios y procesos empresariales, si esta infraestructura llega a ser aceptada por la industria.

En un mundo esencialmente especulativo, ocurre con *Blockchain* como con todas las grandes disrupciones tecnológicas: conduce a un discurso futurista, encaminado a querer fijar la forma y aplicaciones que posibilitará, y a acertar con un negocio que este año ha supuesto 4.500 millones de dólares invertidos en un ecosistema en el que se han fundado ya medio millar de startups. Pero el nivel de maduración de *Blockchain* está por ver y ese tiempo puede conllevar cierta decepción.

El reto de predecir su evolución

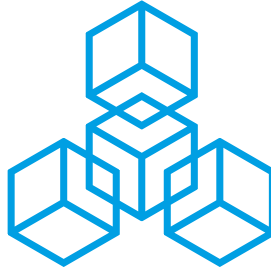
Alex Preukschat, coordinador general de Blockchain España y autor del libro *Blockchain, la revolución industrial de Internet*, refiere a Internet para explicar qué puede ocurrir en el futuro y al desafío que suponía en 1992 intentar pronosticar la evolución de la red. “Era todo un reto llegar a visualizar en lo que se ha convertido: primero, el correo electrónico; luego, los chats; después, las redes sociales; las llamadas a coste cero y actualmente poder hacer la compra por Amazon”.

“Había algunos visionarios que ya habían vaticinado en los setenta un mundo como el que conocemos, pero básicamente de lo que se podía hablar entonces era de tecnología, de protocolo TCP/IP, de lo técnico”, rememora para explicar la fase en la que nos encontramos ahora con Blockchain.

Estos escenarios traen consigo un desafío enorme, porque es posible que la tecnología no pueda cumplir las expectativas del interés público que genera, y por ese u otros motivos, fracase. Por ejemplo, Joan Cuscó, subdirector de Innovación Tecnológica en MAPFRE, advierte de que el plazo que se está dando para ver el impacto masivo del *machine learning* e inteligencia artificial oscila entre los cinco y los diez años.

Como internet, Blockchain no se puede imaginar: es una arquitectura, un diseño, no un espacio. Pero no uno cualquiera, puesto que se forjó como la red *peer-to-peer* capaz de reflejar como una cadena, como un gran libro de registro, todas las transacciones financieras de moneda virtuales (como bitcoin y ether), quedando asociada al valor por excelencia: el dinero.

EL RETO EN ESTA GRAN DISRUPCIÓN TECNOLÓGICA ES SABER **QUÉ FORMA ADOPTARÁ BLOCKCHAIN Y QUÉ APLICACIONES POSIBILITARÁ**



Consenso descentralizado

¿Qué es Blockchain? Es una gran base de datos distribuida en servidores por todo el mundo, que permite intercambiar información de valor (títulos, informaciones, activos digitales de cualquier tipo) y validar transacciones de manera descentralizada —es decir, sin el respaldo de ningún gobierno ni emisor central— entre participantes que no se conocen entre sí y de forma altamente segura, porque no puede ser alterada.

“Blockchain es la máquina del consenso descentralizada”, resume

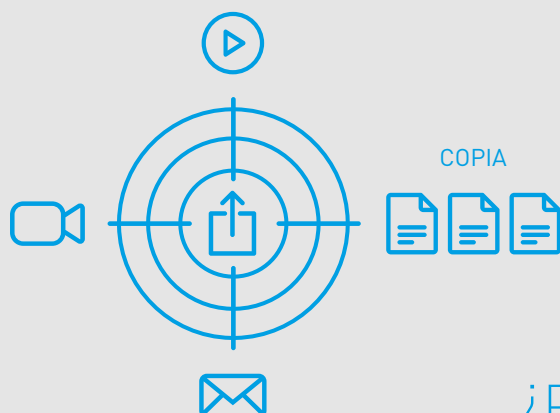
Preukschat recordando que solucionó el problema del doble gasto que científicos de todo el mundo llevaban años investigando y que impide pagar dos veces con la misma moneda, tomando como ejemplo el banco, que todos conocemos.

“En el mundo centralizado es sencillo. Si tienes depositados 100 euros y gastas 80, hay consenso en que quedan 20, porque lo dice el banco, en el que uno confía y porque nadie piensa que haya habido manipulación de su base de datos, habiendo además una autoridad reguladora detrás”, expone.

Para entendernos mejor, Blockchain es muy similar a BitTorrent (un software de descarga de archivos audiovisuales, canciones por ejemplo), que permite en los ordenadores de sus clientes en todo el mundo descargar y compartir ficheros extraídos de una ingente base de datos donde nadie controla la información.

En el nuevo Internet del valor, en un sistema descentralizado, con la tecnología Blockchain nadie actúa como única voz autorizada; el consenso se logra a través de una prueba de trabajo que permite que toda una serie de ordenadores (en adelante, nodos) se ponga de

INTERNET DE LA INFORMACIÓN



INTERNET DEL VALOR



¿ES EL INTERNET DEL VALOR EL PROXIMO INTERNET?

Fuente: Blockchain España

acuerdo sobre la realidad de una cuenta, sin depender de una autoridad central.

La capacidad de esta arquitectura para conservar todo tipo de información valiosa ha despertado el interés también de numerosos emprendedores alrededor del mundo y se han creado sistemas de notariado digital, de firma electrónica, registro de patentes y contratos, entre otras muchas aplicaciones.

Tipologías y beneficios

Precisamente una de las mayores bazas de Blockchain, donde todo deja rastro, es su nivel de trazabilidad. En un mundo en el que la transparencia, la confianza y la ética se han convertido en pilares para los estados más avanzados, esta forma de entender la distribución, en la que los participantes pasan a formar parte de una red en igualdad de condiciones, encierra un sinfín de oportunidades.

Por comodidad, en el mercado se utiliza Blockchain como término genérico, pero la realidad es que no existe una sola cadena de

“MAPFRE ESTÁ
**EXPLORANDO LOS
USOS E IMPACTOS DE
NUEVAS TECNOLOGÍAS
COMO BLOCKCHAIN,
QUE SERÁN
FUNDAMENTALES EN EL
MUNDO DIGITAL**”

Josep Celaya,
director corporativo de Innovación

bloques, sino tantas como se quiera: cualquiera con cinco ordenadores y los conocimientos necesarios puede crearla a coste prácticamente cero.

Su ADN difiere enormemente según se trate de blockchains públicas o privadas, no compatibles entre sí. Mientras en las segundas los participantes están identificados, disponen de determinados permisos y se concentran en optimizar procesos y ganar rentabilidad, las primeras se asocian a una disrupción total, ávidas de reinventar el mundo.

Los ámbitos de uso también son incontables y van desde la identificación digital de refugiados al envío de ayuda humanitaria, voto electrónico, lucha contra la corrupción o erradicación de “diamantes de sangre” procedentes de zonas en conflicto.

La otra cara de la moneda y que mayores dudas plantea es el problema de escalabilidad de esta tecnología y la lentitud actual en sus tiempos de transacción y verificaciones. La ausencia de estándares unificados entre las distintas blockchains –sean públicas o privadas– se

MAPFRE, EN LOS PRINCIPALES CONSORCIOS

MAPFRE se ha unido a Alastria, el proyecto más importante de Blockchain en España. Se trata de un consorcio multisectorial sin ánimo de lucro, promovido por empresas e instituciones públicas, para el establecimiento de una red basada en tecnología Blockchain de carácter semipúblico, que garantiza la identidad, la privacidad y el registro indeleble de las operaciones entre los participantes. Actualmente lo forman 71 compañías de banca y seguros, *utilities* e industria,

telecomunicaciones, servicios y consultoría, universidades, entre otras organizaciones. Para MAPFRE, este consorcio abre un canal para ofrecer servicios a los participantes de la red. Potencialmente, contribuirá a generar nuevos productos de valor añadido a los clientes de forma eficiente, transparente entre todas las partes y con todas las garantías legales.

Además, la unidad de reaseguro de MAPFRE, en representación del grupo, se ha unido a la iniciativa global del seguro y reaseguro, B3i, donde 38 de las compañías líderes en el sector tienen el objetivo de poner un marco común de estándares y procesos para el intercambio de información y transacciones vía Blockchain. Se trata, en palabras

de María Teresa González Vargas, Chief Innovation Officer en MAPFRE RE, de “una modernización acorde con el desarrollo tecnológico que hará posible transformar nuestro negocio, garantizar mayor eficiencia y ahorro, y adaptará el seguro y el reaseguro a las nuevas necesidades del cliente y al mundo cambiante”. El reaseguro, *incide*, es el tipo de negocio donde Blockchain se puede aplicar “con cierta facilidad debido a los productos bastante estándar que ofrece a nivel global siguiendo unos procesos comunes”. Siendo el negocio de la confianza mutua, de la congruencia, del compromiso y de la continuidad, lo hace el idóneo para aplicar un modelo innovador como Blockchain.



advierte, asimismo, como una de debilidades del sistema, al complicar el diálogo entre cadenas.

Impacto asegurador

En el ámbito privado, el sector asegurador es uno de los sectores en los que Blockchain tendrá mayor impacto, después del bancario. La tecnología afectaría principalmente a dos niveles:

- Con respecto al uso de *smart contracts* (contratos inteligentes), una pieza que viene dentro del set tecnológico de Blockchain y que permite automatizar determinadas prestaciones. En ese sentido, ha dado el pistoletazo para lograr de las áreas de operaciones una automatización del pago en casos en los que el hecho que inicie una prestación sea unívoco e incontestable, y en los que los supuestos por los que se va a pagar una prestación sean claros y evidentes, como la cancelación de un vuelo en el seguro de viaje. “Son *quick wins* muy claros”, exclama Cuscó.
- En lo que respecta a la interoperación entre entidades, por lo comentado sobre su alto nivel de trazabilidad, intercambiando información dentro de un mismo blockchain clientes, aseguradoras, concesionarios, Dirección General de Tráfico, por ejemplo, en el proceso de documentación y cobertura de un automóvil cuando sale del fabricante.

MAPFRE, en pleno proceso de transformación digital, está muy atenta a Blockchain dentro de su apuesta constante por la innovación. “Estamos explorando los usos e impactos de nuevas tecnologías, como Blockchain, que serán fundamentales en el mundo digital. La posibilidad de articular smart contracts, por ejemplo, supondrá una mejora en la relación entre organizaciones digitales, disminuyendo el coste de las transacciones”, explica Josep Celaya, director corporativo de Innovación.



UN MODELO HUMANISTA

Preukschat asegura que todos los modelos de futuro son formas de organizar las relaciones humanas y, cuando surgen nuevas fórmulas, es normal que generen miedo, pero permiten avanzar. “En 200 años se ha creado un modelo de organización centralizado jerárquico”, explica, el que las organizaciones emprendieron al inicio de la revolución industrial basándose en el del ejército. Muchas personas detrás de blockchains públicas cuestionan la injusticia de un patrón centralizado, no equitativo, que impacta en el ecosistema, y trabajan dentro de Blockchain para explorar otras vías de organización. Los mismos creadores del proyecto Ethereum, que permite que Blockchain se convierta en una plataforma de computación gracias a los smart contracts, buscaron una economía descentralizada. Ahora se ha democratizado la inversión en protocolos, por un interés especulativo, “pero ello posibilita la innovación a un nivel desconocido hasta ahora”, admite el experto, y las empresas están analizando vías que, en apariencia, podrían ir en contra de sus intereses. Algo tan esperanzador como creer que juntar mucho talento con mucha inversión engendrará algún macroproyecto próximamente.





Sarah Harmon

CEO DE LINKEDIN EN ESPAÑA Y PORTUGAL

**“Todo lo que dices
en LinkedIn
contribuye
a crear tu marca
personal”**

TEXTO **LUZ GARCÍA** (@LuzGCajete) | FOTOGRAFÍAS **ALBERTO CARRASCO**

Con más de 500 millones de miembros en el mundo y 9 millones de compañías en 200 países, LinkedIn es hoy la red social profesional más global. Hablamos con su CEO en España, Sarah Harmon, que nos da las claves para una actuación exitosa en la red, y nos cuenta la visión de LinkedIn y las oportunidades que ofrece a empresas y profesionales.

¿Qué es exactamente LinkedIn? ¿Qué puede aportar a las empresas?

LinkedIn es un canal de comunicación y relación en el ámbito profesional, que tiene muchos objetivos y usos más allá de la búsqueda de un puesto de trabajo que tanto se asocia con la red. Si pensamos que sólo el 20% de los usuarios está en búsqueda activa de empleo, es porque el 80% está haciendo otras cosas: *networking*, compartiendo contenidos, experiencias, ideas, conversando sobre temas de interés.... Nuestra misión es hacer a los profesionales más productivos y exitosos.

Es también una buena plataforma para reforzar la marca, hacer negocios, buscar clientes... LinkedIn es una nueva manera de hacer relaciones públicas, que ahora han pasado a ser relaciones sociales. Las personas quieren experiencias con las marcas y LinkedIn les proporciona una forma de obtenerlas. Y no con la empresa como ente anónimo, sino con las personas que forman parte de la empresa, su lado más humano.

Pero a muchas empresas les cuesta dialogar en redes sociales, les asusta...

¿Cómo pueden vencer esta resistencia?

Es cierto, el hecho de que puedan responder o rebatir crea cierta ansiedad a muchas empresas, pero su público está

“

LinkedIn ofrece una oportunidad muy buena para cambiar la imagen que se tiene de las empresas. Muchas grandes compañías están consiguiendo mostrar su lado más humano y cambiar así la idea que la sociedad tenía de ellas



aquí, en redes sociales, así que tienen que estar con ellos. En el caso de LinkedIn, a diferencia de otras redes, tenemos la ventaja de que contamos con un contexto: la gente actúa con nombres y apellidos, con su puesto real, no es anónimo. Está ahí para mantener conversaciones de interés con los demás. Todo lo que dices en LinkedIn está contribuyendo a crear tu marca personal, repercute en ella. Por eso todos somos un poco más cuidadosos aquí.

Las empresas tienen que vencer esas reservas a conversar, porque esta es una plataforma social, la palabra clave es, precisamente esa, social. Eso sí, tienen que esforzarse en ser auténticas y tener una actuación coherente con su cultura. En este sentido, LinkedIn ofrece una oportunidad muy buena para cambiar la imagen que se tiene de las empresas. Muchas grandes compañías están consiguiendo mostrar su lado más humano y cambiar así la idea que la sociedad tenía de ellas.

¿Qué país tiene las prácticas más interesantes en LinkedIn?

EE.UU. es una referencia clara, pero a mí me gustaría destacar, en Europa, el caso de Holanda, que es donde más éxito ha tenido la plataforma, tanto en penetración (del 90% de los

profesionales) como en retorno de la inversión. Es posible que al ser un país pequeño, con vocación comercial, que siempre ha tenido que buscar negocio fuera de sus fronteras, tenga la cultura profesional adecuada para actuar en canales globales con el fin de generar negocio.

En cierta forma, en España está empezando a ocurrir lo mismo. Las compañías que más están utilizando la plataforma aquí en España son las multinacionales o las empresas que tienen que crecer fuera de España, que buscan una visibilidad de marca internacional.

En países como EEUU los CEO de grandes empresas tienen un papel muy activo en LinkedIn. En España les cuesta más. ¿Por qué cree que ocurre esto?

Es cierto, pero hay que vencer estas barreras. La visibilidad es especialmente importante para los directivos. Hay dos tipos de capitales profesionales en el mundo, un capital de rendimiento —tu experiencia en tu trabajo, tu formación...— y un capital relacional. En una primera fase de nuestras carreras es más importante el capital de rendimiento, pero a medida que subes en la pirámide, esto cambia: mi imagen profesional, a quién estoy conectado, con quién me relaciono, es cada vez más importante. Y sin embargo muchas personas olvidan esta

Sarah Harmon,
CEO de LinkedIn en
España y Portugal



GADITANA DE OKLAHOMA

Tras 16 años viviendo en España, Sarah Harmon ha descubierto recientemente que su familia tiene raíces gaditanas. Algo de esa mezcla hay en el carácter de esta mujer decidida, emprendedora, curiosa y profundamente simpática. Es fan de la tecnología y de Star Trek, (muy geek, en sus propias palabras), lectora empedernida y amante del vino español. Periodista de formación, procede de una familia vinculada a la medicina. Está casada con un piloto español y tiene dos hijos. Además de la tecnología y la lectura, en el resto de su escaso tiempo libre practica yoga y disfruta con su familia.

Visitó España por primera vez hace muchos años, por consejo de su padre de que viajara, conociera mundo y viviera otras experiencias.

Curiosamente, su primer trabajo fue en una aseguradora de salud norteamericana, pero su trayectoria está muy ligada al mundo de la tecnología. Además de la aseguradora, trabajó en dos startups y después se incorporó a Microsoft, antes de trabajar en LinkedIn, compañía de la que se enamoró a través de la propia red.

Curiosamente, Microsoft compró LinkedIn hace ahora aproximadamente un año, lo que supone para ella como una “vuelta a casa”.

LIDERAZGO FEMENINO

Curiosamente, en España, las compañías tecnológicas están lideradas mayoritariamente por mujeres. Algo extraño si pensamos en la escasez de directivas femeninas al frente de grandes empresas y en la poca participación de mujeres en carreras tecnológicas. Sarah Harmon opina que se debe a algunas pioneras muy valiosas en este país, como Rosa García, presidenta de Microsoft cuando ella se incorporó a la empresa, a la que valora y admira. "Es importante ver ejemplos que nos enseñen el camino. Porque te das cuenta de que no tienes que ser ingeniera o programadora para trabajar en tecnología. No es necesario. Hay muchas áreas que no requieren una profunda formación en tecnología. Y además, siempre puedes formarte".

Cuando le preguntamos si ha tenido dificultades en su carrera directiva por ser mujer, Sarah afirma haberse encontrado en ocasiones en situaciones incómodas: "siempre hay comentarios, a veces me he sentido ignorada... pero lo que he hecho en esas ocasiones es no dejar que me afecte y demostrar que estaba preparada para ese puesto y mucho más".

“

He visto un avance radical de MAPFRE en LinkedIn en los últimos años. Muchos empleados participando en la conversación, se muestra un lado muy humano de la compañía



faceta. Nuestra actuación visible en redes sociales tiene que ser acorde con la visión que queremos promover de nuestra vida profesional.

Lo que ocurre es que exponerse a las críticas asusta, pero no hay que pensar sólo en los riesgos, también en las oportunidades. Yo he visto en LinkedIn muchos elogios a actuaciones positivas de las compañías o a comentarios hechos por sus directivos.

Otro problema para los CEO es que la presencia en redes sociales exige tiempo. Además, necesitan asesores para gestionar su perfil público, algo que asumen sin dudas para la gestión de sus relaciones con los medios de comunicación, pero que les cuesta más aceptar para las redes.

Es importante tener en cuenta que el mundo está cambiando. En 2020-2025 el 75% de los empleados y los consumidores serán millenials, y los millenials consumen menos medios convencionales (periódicos, tv...), y consumen noticias en canales de social media. Por eso es importante superar este miedo y esta pereza que nos da lo social, si no, vamos a perder negocio y visibilidad.

¿Qué consejo le daría a las empresas y a los directivos para ser exitosos en LinkedIn?

Sin duda, los contenidos que tienen más éxito en LinkedIn son fotos y vídeos. Por eso, las empresas tienen que cambiar el

tipo de contenidos que comparten y dejar de pensar que hay que lanzar las notas de prensa por redes sociales. Es necesario cambiar la forma de comunicar, y comenzar a diseñar los contenidos que busca el usuario, que son, básicamente, contenidos de lectura rápida, fotos de proyectos, vídeos de duración máxima de un minuto... Somos visuales.

Un segundo consejo es mostrar el lado humano de la compañía o del directivo. Los contenidos que mejor funcionan son aquellos que comparten las personas sobre su día a día en la empresa: una reunión, un momento de su jornada, la llegada al trabajo...

También es importante ser auténtico, mostrarse cada uno como es realmente, dar una imagen de la empresa real, y que sea coherente con la que se da a través de otras experiencias. Si no, no resulta creíble.

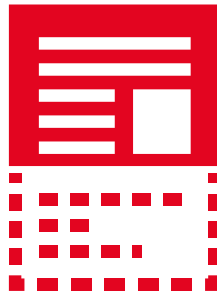
Y por último, hay que perder el miedo. No es tan difícil como parece y además, las relaciones sociales son mucho menos costosas que las relaciones públicas tradicionales.

¿Cómo ve a LinkedIn en 5 años? ¿Hacia dónde va la compañía?

Tenemos una visión a diez años, que se comenzó a poner en marcha hace ya cinco, y que se denomina The Economic Graph. Lo que queremos es digitalizar

“

Nuestra visión se denomina *The Economic Graph*. Queremos digitalizar la economía global con la finalidad de mejorar las oportunidades económicas de todo el mundo profesional



la economía global con la visión de mejorar las oportunidades económicas de todo el mundo profesional. Queremos tener una representación de todos los profesionales del mundo, de todos los sectores de actividad, con sus competencias. Una representación de todas las organizaciones que ofrecen oportunidades laborales, también universidades, escuelas técnicas... con el fin de que los profesionales puedan adquirir las competencias que demandan las empresas, en el caso de que no las tengan. Y también conocimiento para que los profesionales puedan mejorar su proyección.

Para esto necesitamos crecer, convencer a los profesionales del mundo de que LinkedIn es el lugar donde pueden mejorar sus oportunidades.

¿Diría que el talento es la materia prima de LinkedIn?

Absolutamente. Por ejemplo, es nuestra principal arma contra la rotación, para retener talento. Y hay que tener en cuenta que 6.000 de nuestros 10.000 empleados están en Silicon Valley, donde la competencia por el talento es feroz. No podemos competir económicamente con todas las empresas que están allí, lo hacemos a través de nuestro propósito, del que nos sentimos muy partícipes. Y también sabiendo que LinkedIn nos valora.



 MAS INFORMACION SOBRE ESTAS NOTICIAS EN NUESTRA **PAGINA WEB**

FLASH

RANKING

ASCENDEMOS CINCO POSICIONES, HASTA EL PUESTO NÚMERO 11, EN EL RANKING DE LAS **100 MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR** EN ESPAÑA DE LA REVISTA *ACTUALIDAD ECONÓMICA*.

RSC

OBTENEMOS LA **MÁXIMA CALIFICACIÓN DE LA ONU** EN MATERIA DE RSC POR SEXTO AÑO CONSECUTIVO.

TOKIO

MAPFRE RE ABRE UNA OFICINA DE REPRESENTACIÓN EN TOKIO. EL OBJETIVO ES REFORZAR SU PRESENCIA EN EL CONTINENTE ASIÁTICO DONDE YA OPERA DESDE CHINA, SINGAPUR, MALASIA Y FILIPINAS.

VOLUNTARIADO

ÉXITO DE NUESTRO "I DÍA DEL VOLUNTARIADO"



Bajo el lema "¡Todos unidos por el Medio Ambiente!" alrededor de 1.000 voluntarios de 24 países realizaron tareas de reforestación de áreas degradadas, retirada de basuras en playas y ríos, y mejora y mantenimiento de sendas y parques durante el I Día del Voluntariado de MAPFRE, una iniciativa en la que todos los empleados vivieron el voluntariado como un equipo global.

 NOTICIA AMPLIADA EN NUESTRA **PAGINA WEB**



NUEVA POLÍTICA DE MARKETING DIGITAL

Ha sido aprobada por el Comité Ejecutivo y marca las pautas para todas las actividades que realizamos a través de Internet mediante tecnologías digitales en todo el Grupo MAPFRE. Entre los objetivos de este documento se encuentran la optimización de los costes de adquisición, orientación al cliente, monitorización y análisis, seguridad y gestión de datos, o la medición homogénea de la actividad en este ámbito.

Esta Política es de aplicación en los procesos de creación y ejecución de actividades relacionadas con el Marketing Digital en todas Unidades de Negocio y Áreas Corporativas de MAPFRE.

 PUEDES VERLO EN LA **INTRANET GLOBAL**

GLOBAL YOUTH LEADERSHIP FORUM

José Manuel Inchausti, CEO de MAPFRE IBERIA, participó en el evento celebrado en Santander. Bajo el lema, Los principales retos para las compañías globales en el siglo XXI, compartió con los asistentes algunas reflexiones acerca de los cambios que se están produciendo en el panorama internacional.

El CEO se refirió a la digitalización como motor de la actual transformación global, así como una oportunidad para los que estén preparados, "y MAPFRE lo está". "El cliente digital es el nuevo protagonista, y demanda establecer con las empresas relaciones de confianza y máxima transparencia".



PREMIO TIÉPOLO

ANTONIO HUERTAS RECOGE EL PREMIO TIÉPOLO EN ROMA, EN EL MARCO DEL XV FORO DE DIÁLOGO ESPAÑA-ITALIA



Este galardón reconoce desde 1996 la trayectoria de los empresarios de éxito de España e Italia y su labor de integración y desarrollo de las relaciones económico-comerciales entre ambos países.

MEJOR ASEGURADORA

MAPFRE, UNA VEZ MÁS, LA MEJOR ASEGURADORA DEL RANKING MERCOTALENTO 2017, Y LA 11ª DE LA CLASIFICACIÓN GENERAL



MAPFRE

GESTIÓN PATRIMONIAL

ABRE OFICINA EN **VALENCIA**. ESTA TERCERA OFICINA EN ESPAÑA IMPULSA LA VISIÓN ASEGURADORA QUE APORTA LA COMPAÑÍA AL NEGOCIO DE LA GESTIÓN PATRIMONIAL

25%

MAPFRE TOMA UNA PARTICIPACIÓN EN LA GESTORA DE FONDOS FRANCESA LA **FINANCIÈRE RESPONSABLE**.

LA OPERACIÓN SE ENMARCA EN EL COMPROMISO DE MAPFRE POR UNA POLÍTICA DE INVERSIÓN RESPONSABLE, Y EN LA DIMENSIÓN SOCIAL QUE ESTÁ EN EL ADN DE LA COMPAÑÍA, QUE **APUESTA POR UN COMPORTAMIENTO SOSTENIBLE Y COMPROMETIDO CON EL ENTORNO**.

ELENA SANZ



DESTACADA COMO **EJECUTIVA INFLUYENTE** DEL SECTOR POR LA REVISTA **INTELLIGENT INSURER**.

La publicación británica incluye el perfil de la directora general de Recursos Humanos de MAPFRE donde desgana los hitos de su gestión al frente de más de 37.000 empleados.

AUTO ECOSYSTEM,



EL MODELO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE **ROAD CHINA ASSISTANCE**, RECIBE UN PREMIO EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL

MAPFRE ASISTENCIA

MAPFRE ASISTENCIA CELEBRA SUS **JORNADAS DE REFLEXIÓN ESTRATÉGICA**



El encuentro tuvo como objetivo presentar el avance del “Plan 1+7” para la vuelta a la rentabilidad, e introducir las principales líneas de acción en las que la compañía basará su nuevo Plan Estratégico. Estrategia de Search.

INFORME EL MERCADO ASEGURADOR LATINOAMERICANO EN 2016

El Servicio de Estudios de MAPFRE presentó el Informe *El mercado asegurador latinoamericano en 2016*, editado por Fundación MAPFRE, en el que se indica que el mercado asegurador latinoamericano registró en 2016 su primer crecimiento en tres años. La aportación del seguro de esta región al total mundial en las últimas décadas continúa creciendo, situándose en el 3,1 por ciento en 2016.

REDES SOCIALES

RECONOCIMIENTO A LA **ACCIÓN DE MAPFRE EN REDES SOCIALES**

Digimind, consultora dedicada a la monitorización de redes sociales e inteligencia competitiva, nos reconoce como líderes indiscutibles por concentrar la mayor comunidad del sector en Facebook, Twitter y Youtube. Nuestra compañía destaca en todas las categorías analizadas y lidera el ranking por comunidades, concentrando la comunidad global más importante, con más de un millón de seguidores.

El informe recoge también un apartado de buenas prácticas en el que se destaca, los contenidos de MAPFRE MÉXICO o la campaña #MarcasXelMundo que fue lanzada desde nuestras cuentas corporativas.

CAMBIO CLIMÁTICO

RECONOCIMIENTO POR NUESTRA **ACCIÓN FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO**

MAPFRE vuelve a ser reconocida por el Carbon Disclosure Project (CDP) como compañía líder a nivel mundial en actuación contra el cambio climático, lo que implica la inclusión de nuestra empresa en la Climate A-list Global 2017.



REUNIÓN INTERNACIONAL DE CEO EN LIMA

Lima ha sido el lugar elegido para celebrar este evento con motivo del 20º aniversario de la llegada de MAPFRE al país. Los principales ejecutivos de MAPFRE en todo el mundo participaron en distintas sesiones donde se compartió la estrategia que llevarán a cabo las Regionales y Unidades de Negocio en los próximos años.

MAPFRE SE SUMA A LA LUCHA CONTRA EL CÁNCER DE MAMA

Súmame al Rosa es nuestra campaña global de información y prevención, con diferentes iniciativas a las que los empleados de la compañía en todo el mundo se sumaron durante el mes de octubre.



MAPFRE NICARAGUA

RECIBE EL GALARDÓN EXCELENCIA EN LOS SERVICIOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DEL PAÍS



I CONGRESO IBEROAMERICANO PARA **PRESIDENTES DE COMPAÑÍAS Y FAMILIAS EMPRESARIAS**

Bajo el lema "Iberoamérica, plataforma empresarial de futuro en común", se reunieron en Madrid presidentes de importantes compañías iberoamericanas para discutir los retos empresariales del futuro. En concreto, Antonio Huertas habló sobre el problema del envejecimiento y sobre los cambios necesarios para enfrentar esta realidad.



VISITA A COLOMBIA

PAÍS CABECERA DE LA COMPAÑÍA EN LATAM SUR

Antonio Huertas y el CEO de LATAM, Aristóbulo Bausela se reunieron con responsables regionales y directivos en el país al frente de los negocios asegurador, de asistencia, de riesgos globales y de reaseguro. Durante estas reuniones, ambos estuvieron acompañados de Marcos Ferreira, CEO Regional LATAM Sur.

Asimismo, el presidente de MAPFRE participó, acompañado de José Carpio, CEO de MAPFRE COLOMBIA, en un encuentro con medios de comunicación relevantes, generalistas y financieros del país.



TOP SOCIAL EXECUTIVE

LA ACTIVIDAD DE ANTONIO HUERTAS EN REDES SOCIALES, PREMIADA POR LINKEDIN

El presidente de MAPFRE ha sido reconocido como el Top Social Executive en España por LinkedIn en la última edición de los PremiosIn, con los que la mayor red profesional del mundo reconoce cada año a las empresas y directivos que mejor trabajan su imagen de marca y estrategias de contratación a través de esta red.



VISITA DE LA ASOCIACIÓN DE SUPERVISORES DE AMÉRICA LATINA Y DE LA SECRETARÍA GENERAL IBERO-AMERICANA



Participaron en un importante seminario sobre seguros contra catástrofes, seguros agrarios y obligatorios de automóviles. Además, visitaron la exposición de Zuloaga en Fundación MAPFRE, quien aprovechó para compartir ideas sobre el futuro en el negocio de autos.



MAPFRE CELEBRÓ SU SEGUNDO INVESTOR DAY

En el marco de transparencia para incrementar la cantidad y calidad de información que reciben sobre la compañía los distintos *stakeholders* de MAPFRE, se celebró el Investor Day en Madrid el pasado 1 de diciembre. En el mismo, MAPFRE anunció que desembolsará más de 1.100 millones de euros a los afectados por las catástrofes naturales de Norteamérica y el Caribe y reafirmó su estimación de impacto neto de 176 millones de euros.

Nueva estructura

Además se dieron a conocer cambios en la estructura. Así, MAPFRE USA redimensiona su negocio concentrando sus operaciones en Massachusetts, Connecticut, Rhode Island, New Hampshire, Maine, Vermont, Ohio, California, Oregón, Washington e Idaho. Adicionalmente, seguirá operando en Florida, Pennsylvania y Arizona. Para dar soporte a esta nueva dimensión, también se reorganiza la estructura corporativa en dos grandes áreas regionales: Massachusetts/Región Nordeste y tres centros regionales en el resto del país, y se lanza Verti U.S. para el seguro directo digital.

Por otro lado, se crea la nueva Área Regional de EURASIA, que a partir de enero de 2018 gestionará el negocio de MAPFRE en Europa (excepto IBERIA), Oriente Medio y Asia, integrando las actuales Áreas Regionales de APAC y EMEA.

Finalmente, también se anunció la creación de una nueva subregión en el Área Regional LATAM Norte, la Subregión Centroamérica que aglutinará todas las actividades de MAPFRE en Centroamérica (Panamá, Honduras, El Salvador, Guatemala, Costa Rica y Nicaragua) y República Dominicana. Tendrá sede en Panamá.



BRASIL 25 ANIVERSARIO

MAPFRE celebra estos días su aniversario en Brasil: un cuarto de siglo de presencia, desde que adquiriera, en 1992, el Grupo Segurador Vera Cruz. Veinticinco años después, se ha convertido en su segundo principal mercado, después del español. Antonio Huertas destacó en São Paulo el logro de contar con 12 millones de clientes en un mercado tan estratégico. "Sin Brasil no se entendería la dimensión global de MAPFRE".



VISITA
NUESTRA
EDICIÓN
DIGITAL





PSICOLOGÍA POSITIVA, LA CLAVE PARA SER *más feliz*

La Psicología tradicionalmente ha dedicado más esfuerzo a estudiar los problemas de las personas (ansiedad, estrés, depresión...) que al estudio de los aspectos positivos. Los fundamentos de la Psicología Positiva consisten básicamente en poner el foco en el bienestar psicológico y felicidad de la persona, insistiendo en las virtudes y fortalezas humanas. Su objetivo es pasar de un enfoque centrado en problemas a otro dirigido a desarrollar fortalezas individuales.

TEXTO **ÁREA CORPORATIVA DE RECURSOS HUMANOS** | IMAGEN **THINKSTOCK**

Las fortalezas son rasgos o características psicológicas que se presentan en distintas situaciones y cuyas consecuencias suelen ser positivas.

La clasificación más extendida acerca de las virtudes y fortalezas de las personas la realizaron dos prestigiosos psicólogos, Martin Seligman y Christopher Peterson, quienes se centraron, en lugar de en las patologías psiquiátricas y psicológicas que originan la mayor parte de nuestros problemas, en las fortalezas psicológicas que nos ayudan a tener una mejor salud mental.

A todas las personas nos definen unas cuantas fortalezas. De conocerlas y ser conscientes de ellas, dependerá en buena medida nuestra felicidad.

Numerosos estudios demuestran que las personas que utilizan sus fortalezas, con frecuencia:

- Refieren sentirse **más felices y satisfechas**, y se sienten con más energía
- Consiguen sus objetivos de **forma más efectiva**.
- Son más **comprometidas**
- Tienen un **mejor desempeño** en su trabajo

En muchas ocasiones no podemos evitar los problemas y situaciones complicadas, pero sí podemos decidir nuestro afrontamiento de los mismos. Cuanto más positivo sea el individuo, mejor será el resultado.

Alguno de los temas de interés en los que se puede trabajar para generar personas y entornos más positivos son:

SENTIDO DEL HUMOR

Tener “sentido del humor” no significa no tener seriedad en lo que hacemos, sino dar un sentido más alegre y vital a lo que habitualmente vivimos. En nuestro quehacer

TODO LO QUE APORTES
Y EN TODO LO QUE
TE INVOLUCRES,
HAZLO AL

100 POR 100

diario (en el trabajo o en casa), se darán situaciones difíciles, enfrentamientos que nos alteran y mientras buscamos una solución, encontrar algo que nos haga reír, puede ayudarnos a hacerlo más fácil, ya que la risa, fisiológicamente, nos ayuda a disminuir la tensión del momento.

GRATITUD

La vida está llena de pequeños detalles, que son los que hacen que nuestros días no sean iguales. La mayoría de estos detalles vienen de alguien, tienen un “causante”... Obsérvalos y agrádeselos a quien los produzca. Intenta provocar en los demás buenas sensaciones teniendo tú también detalles con ellos.

COMPROMISO

Ser comprometidos puede ser una fuente de satisfacción y bienestar. Cuando uno se compromete con algo o alguien y cumple el objetivo de este compromiso, se siente fortalecido y, además, proyecta una imagen más positiva delante de los demás.

ORGANIZACIÓN

Organizarse el día y sus actividades (sean obligaciones o actividades de ocio), permite disponer de tiempo para todo y tener claro que cada momento requiere su tiempo y debemos dárselo. Solo así podremos disfrutar de cada cosa que hacemos, del momento presente, saboreando cada instante y sin pensar en qué pasó ayer o qué pasará mañana.

APRECIAR LA BELLEZA

Las cosas que estimulan nuestros sentidos pueden ser positivas o negativas, si aprendes a estimularlos con cosas bellas (un cuadro, una canción, un sonido, una foto, un paisaje), conseguirás ser más sensible a las cosas y aprenderás a ampliar tus límites. Si nuestra vida se vuelve rutina, buscar

cosas bellas y disfrutarlas hace que ampliemos nuestro horizonte y seamos menos rígidos en nuestros esquemas.

PERDÓN

El perdón debería usarse a menudo, de tal manera que las emociones negativas nos duelan en un momento concreto, pero no nos dejen una huella que perjudique nuestra forma de mirar al mundo y a los demás, permitiendo dejar pasar lo sucedido y tomar decisiones más neutrales para el futuro. Ponerse en el lugar del otro a menudo ayuda a comprender y, por tanto, perdonar.

El perdón lo solemos proyectar hacia los demás, “me ha hecho esto, pero le perdono”. Aprender a perdonarse a uno mismo a veces es mucho más difícil, porque pasa por reconocer que hemos actuado o pensado mal.

PERSISTENCIA

Cuando realizamos una actividad, un trabajo, un proyecto, no solo importa el resultado final. Persistir en lograrlo, pese a las dificultades, es un refuerzo positivo y permite aprender de las situaciones que van surgiendo en el proceso del logro. También posibilita disfrutar del proceso de realización y no solo del resultado final, pero la persistencia sin un objetivo se convierte en “cabezonería” como adjetivo negativo, por lo que de vez en cuando es bueno parar y reflexionar hacia dónde vamos.

HONESTIDAD

Ser honesto significa que tu forma de pensar y actuar son coherentes, y que tu mente y tu

SI REGALAS SONRISAS,
LAS PRODUCIRÁS Y TÚ
SERÁS MÁS FELIZ Y EL QUE
LAS RECIBE TAMBIÉN



corazón van de la mano. Ser honesto no significa herir a nadie con tu actitud y tu palabra.

La persona honesta es aquella en la que se puede confiar porque, nos guste o no como actúe, no nos llevaremos sorpresas.

INNOVACIÓN

Ser innovador no es un don, hay que ponerlo en práctica. Casi todo está inventado, solo hay que idear la forma de hacerlo para que resulte nuevo o diferente.

Ser innovador en tu día a día es sentir que las cosas no caen en la rutina, porque lo haces diferente, como diferente es cada día. Además la innovación permite ampliar los esquemas establecidos y por tanto nos hace más flexibles a los cambios que se produzcan a nuestro alrededor, algo que a algunas personas les resulta muy complicado gestionar.

NUESTRO LEGADO

Todo lo que hacemos y decimos siempre deja huella. Lo que no sabes es a quién la vas a dejar, y en qué medida lo harás. Por ello, todo lo que aportes y en todo lo que te involucres, hazlo al 100 por 100, totalmente convencido de ello. No permitas que intenten cambiarte si a alguien no le gustas, ni cambies por gustar a otros. Sé fiel a ti mismo ya que te recordarán como tú quieres que lo hagan.

POSITIVIDAD

Ver el lado bueno de las cosas cotidianas mejora la autoconfianza. Además, esta positividad es contagiosa. Si regalas sonrisas, las producirás y tú serás más feliz y el que las recibe también.



LOS 500 MILLONES DE EUROS
mejor invertidos
DE LA HISTORIA



NO TE
PIERDAS
EL **VIDEO**
EN NUESTRA
EDICIÓN
DIGITAL

Fundación
MAPFRE

En los últimos 10 años, Fundación MAPFRE ha contribuido a mejorar la vida de más de cien millones de personas gracias a muchos proyectos que han ayudado a cambiar significativamente las condiciones económicas, sociales y culturales de los sectores más desfavorecidos de la sociedad. Ahora, Fundación hace balance de este último decenio y analiza los desafíos que afronta para continuar siendo unas de las entidades sociales de referencia.

TEXTO **NURIA DEL OLMO (@NURIADELOLM074)** | IMÁGENES **FUNDACIÓN MAPFRE**

Los expertos creen que para lograr que un país sea mejor y más próspero debe contar con un Tercer Sector fuerte, comprometido y económicamente viable. Así es el trabajo fundacional, uno en el que todos ganan, porque con su esfuerzo hacen del mundo un lugar mejor.

Ese ha sido siempre el principal objetivo de Fundación MAPFRE, una entidad con 40 años de antigüedad, que en los últimos diez ha destinado 500 millones de euros para mejorar la calidad de vida de los colectivos más desfavorecidos. Dicho presupuesto, que ha crecido incluso durante los años de crisis económica, ha hecho posible que haya llevado a cabo numerosas actividades en el ámbito de la educación, la salud y la cultura, entre otros, con el fin de ayudar a los excluidos, a los que menos recursos y oportunidades tienen. Su labor ha permitido ofrecer “segundas oportunidades” a beneficiarios



GRACIAS A FUNDACIÓN MAPFRE PODEMOS SER PROTAGONISTAS Y MOTORES DE ESE IMPULSO DE **COMPROMISO Y ESFUERZO POR AYUDAR A LOS DEMÁS**

LA FUNDACIÓN MAPFRE HA DESTINADO LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS

500

MILLONES DE EUROS A PROYECTOS DE EDUCACIÓN, SALUD Y CULTURA, ENTRE OTROS

de más de 30 países, lo que ha supuesto la clave para cambiar su trayectoria y brindarles un futuro mejor.

“Todos, empleados y colaboradores, nos sentimos orgullosos del importante papel que desarrolla nuestra Fundación”, asegura Antonio Huertas, presidente de Fundación MAPFRE, quien considera que “gracias a Fundación MAPFRE podemos ser protagonistas y motores de ese impulso de compromiso y esfuerzo por ayudar a los demás”, especialmente a través del programa de voluntariado, que conjuntamente, impulsan MAPFRE y su Fundación. En este sentido, el presidente subraya que la compañía se ha comprometido para tener el mejor programa de voluntariado del mundo, “porque queremos ser la empresa más solidaria del mundo y Fundación MAPFRE es el mejor apoyo para ello”.

10 AÑOS DE PROYECTOS

La Fundación hace balance de este último decenio. ¿Qué huella social ha dejado y qué impacto ha tenido en esos cien millones de personas que han recibido su apoyo? Destacamos los hitos más significativos durante este tiempo.

Cooperación internacional

Engloba 830 proyectos que en este tiempo han logrado mejorar la vida de casi un millón de personas, principalmente niños y adolescentes. Las cifras hablan por sí solas: más de 55.000 niños de 30 países han recibido al menos una comida al día y más de 79.000 han aprendido a cuidar de su salud y han recibido asistencia sanitaria básica.

Educación

Decisiva para romper con el círculo de pobreza, razón por la cual la Fundación se ha esforzado en proporcionársela a cinco millones de jóvenes a través del programa Educa tu Mundo, que ha formado hasta el momento a más de 5.000 profesores en prevención de accidentes, promoción de hábitos de vida sana y en conocimientos financieros, sobre todo ligados al ahorro.

Discapacidad

Fundación MAPFRE ha facilitado la creación de 2.700 empleos a personas con discapacidad intelectual y enfermedad mental, una



LA FUNDACIÓN MAPFRE
HA DESARROLLADO

830

PROYECTOS
DE COOPERACIÓN
INTERNACIONAL

EL PROYECTO **EDUCA
TU MUNDO** HA
PROPORCIONADO
EDUCACIÓN A MÁS DE

5.000.000

DE JÓVENES

oportunidad de demostrar a la sociedad que estas personas, que por lo general sufren la exclusión social y el desempleo de larga duración, son tan capaces como el resto de ciudadanos.

Pintura y fotografía

En la última década, 12 millones de personas han disfrutado de 300 grandes exposiciones de pintura, escultura y fotografía. Destaca el éxito que tuvieron en Brasil, donde casi dos millones de personas visitaron dos muestras únicas sobre el impresionismo y el post-impresionismo.

Stop accidentes

La prevención es fundamental para evitar accidentes y por este motivo, en los últimos 10 años, se han invertido casi 100 millones de euros en formar en seguridad vial a 2.800.000 menores. El objetivo es que sean peatones y ciclistas más responsables y, en el futuro, conductores más seguros.

Salud

Promover la salud mental y física, apostar por la investigación como motor de los avances científicos y contribuir a que la sociedad conozca y se sensibilice con ciertas enfermedades como la cardiovascular, han sido algunos de los pilares básicos de su actuación en este ámbito. Durante este tiempo, la entidad ha invertido 79 millones de euros

para impulsar el desarrollo de terapias celulares, desarrollar aplicaciones para salvar vidas en el terreno deportivo y ofrecer protocolos de actuación en casos de atragantamiento, ahogamiento y paro cardíaco. También ha contribuido a mejorar los hábitos saludables de más de dos millones de niños de 15 países.

Seguros para todos

Fundación MAPFRE no olvida el ámbito del que procede y se preocupa por difundir la cultura financiera y sobre todo la aseguradora. Para ello, cuenta con el centro de documentación de seguros en español más relevante del mundo y ha invertido 22 millones de euros para desarrollar 650 proyectos de investigación y contribuir a promover el talento y la especialización de más de 1.000 profesionales del sector.

Espíritu solidario

El voluntariado permite vivir y disfrutar de momentos únicos y demostrar que si todos ponen su granito de arena en ayudar a los que sufren las mayores desigualdades, el mundo sería muy distinto. Es lo que justifica que la Fundación lleve años involucrando a sus empleados y familiares a unirse a una colecta, echar una mano en un comedor social, pintar un albergue, limpiar playas contaminadas y hacer reír a niños con enfermedades graves que están ingresados en un hospital.

TERCER SECTOR. LA UNIÓN HACE LA FUERZA

Fundación MAPFRE forma parte de un inmenso grupo de entidades sin ánimo de lucro que contribuyen significativamente al bienestar de la sociedad. Donde existe una necesidad, prácticamente hay una fundación. En España, en concreto, las últimas cifras indican la existencia de más de 8.500 fundaciones activas de cuya labor se benefician 35 millones de personas. Su contribución al crecimiento de la economía, al empleo y al sistema público, especialmente en épocas de dificultades económicas, es indiscutible. Actualmente, el sector emplea a 220.000 trabajadores, genera el 0,8% del PIB español y dedica 8.000 millones de euros a proyectos de interés general. El origen de la mayoría de los recursos es privado.

EN ESPAÑA,
LAS ÚLTIMAS CIFRAS
INDICAN LA EXISTENCIA
DE MÁS DE

8.500

FUNDACIONES ACTIVAS
DE CUYA LABOR
SE BENEFICIAN

35

MILLONES
DE PERSONAS

En los últimos 10 años, los voluntarios de MAPFRE han ayudado a un millón de personas de bajos recursos y en situación de vulnerabilidad.

RETOS Y DESAFÍOS

En los próximos años, Fundación MAPFRE quiere seguir poniendo el foco en los colectivos que más sufren el desempleo y la exclusión social con el fin de que encuentren una oportunidad de empleo y un voto de confianza por parte de la sociedad. La educación y la cultura, claves para el desarrollo, también figurarán entre sus objetivos, y lo impulsarán a través de becas y cursos dirigidos a alumnos y profesores, así como grandes exposiciones de arte contemporáneo, que les han llevado a ser un referente internacional. También la seguridad vial, pieza decisiva en la reducción de la siniestralidad, continuará en la agenda de la próxima década. Bajo el lema Objetivo Cero, la fundación continuará concienciando a los conductores para que no tomen malas decisiones al volante, como no respetar los límites de velocidad, consumir alcohol y utilizar el teléfono móvil. Al igual que en estos últimos años, continuará sensibilizando a la opinión pública sobre las principales preocupaciones sociales con el fin de incrementar su solidaridad y generosidad a través de colaboraciones, voluntariado y donaciones.



▶
**150.000
EUROS**

CONVOCADA UNA NUEVA EDICIÓN DE LOS PREMIOS FUNDACIÓN MAPFRE: 150.000 EUROS PARA PREMIAR EL TALENTO, EL COMPROMISO SOCIAL, LA PREVENCIÓN, LA PROMOCIÓN DE LA SALUD Y LA INNOVACIÓN EN EL SEGURO

65%

EL 65% DE LOS BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA DE AYUDAS AL EMPLEO DE FUNDACIÓN MAPFRE SON MUJERES



FUNDACIÓN MAPFRE, ESPACIO ARTÍSTICO IMPRESCINDIBLE DE MADRID

La revista *National Geographic España* ha incluido las salas de Fundación MAPFRE en la lista de los espacios artísticos imprescindibles de Madrid. La prestigiosa publicación propone a sus lectores una ruta por once museos de la capital española y destaca el Espacio Miró, situado en la sede de Fundación MAPFRE, en el Paseo de Recoletos, 23, que desde diciembre de 2016, muestra de forma permanente la obra de los últimos años de la trayectoria artística de Joan Miró. También hace referencia a exposiciones temporales únicas.



INFÓRMATE DE TODAS LAS EXPOSICIONES EN WWW.FUNDACIONMAPFRE.ORG

PREMIO FINANZAS PARA TODOS 2017



Con motivo de la celebración del Día de la Educación Financiera, el pasado 2 de octubre, Fundación MAPFRE recibió el premio Finanzas para todos por el proyecto Seguros y pensiones para todos.

La web que aloja el proyecto recibe más de 730.000 visitas anuales, y entre otras muchas actividades, proporciona cursos online gratuitos y material didáctico básico dirigido a pedagogos, educadores, así como a cualquier persona interesada en mejorar la gestión de sus finanzas.

El director general de Fundación MAPFRE, Julio Domingo, fue el encargado de recoger el galardón

NUEVOS PROYECTOS DE SEGURIDAD VIAL Y PREVENCIÓN DE ACCIDENTES ENTRE LOS NIÑOS DE MALTA



Transporte Público de Malta, en colaboración con Fundación MAPFRE, presentó esta iniciativa que está abierta a todas las escuelas públicas, religiosas e independientes de Malta. Las primeras sesiones tuvieron lugar en el St. Benedict College de Zurrieq.

Los niños tuvieron la oportunidad de viajar en autobús para aprender a utilizar el transporte público de forma segura y podrán solicitar una tarjeta transporte de manera gratuita gracias a su participación.

VOCES DEL ALMA

Grandes actores de doblaje ponen voz a la solidaridad. El proyecto Voces del Alma es, en palabras de Julio Domingo, director general de Fundación MAPFRE, “el pulmón de muchas entidades para que se conozca su misión”. La asociación Pato Amarillo, que entrega alimentos y ropa a familias con pocos recursos y a inmigrantes, la Fundación Andrés Marcio, volcada en la investigación de enfermedades raras, o la Fundación Nido, centro de ayuda a personas con parálisis cerebral severa, tienen voz gracias a grandes actores de doblaje de España, como Nuria Mediavilla, Claudio Serrano y Juan Carlos Gustems, que hacen de altavoz de los proyectos. Esta iniciativa se enmarca en el programa #SéSolidario y puede seguirse en redes sociales con la etiqueta #VocesDelAlma.

LA LONGEVIDAD Y EL ENVEJECIMIENTO, A EXAMEN

El libro *Longevidad y envejecimiento en el tercer milenio: nuevas perspectivas*, que ha presentado recientemente Fundación MAPFRE, aborda el estudio de estos dos fenómenos, “auténticos desafíos para la sociedad actual”, desde el punto de vista de la demografía, la economía, la sanidad, la biología y la ciencia actuarial, entre otros.

La obra, elaborada por los profesores universitarios Antonio López Farré y José Miguel Rodríguez Pardo, hace referencia a la importancia de la medicina preventiva y la predictiva para luchar contra el envejecimiento e incrementar la esperanza de vida, que en España actualmente supera los 80 años.



SEMINARIO INTERNACIONAL PRAISE

El Consejo Europeo de Seguridad de Transportes (ETSC por sus siglas en inglés), por la empresa de renting ARVAL y Fundación MAPFRE presentaron el pasado 5 de octubre en Madrid la Jornada Internacional PRAISE: Identificar, evaluar y prevenir riesgos laborales viales, que se enmarca dentro del Proyecto PRAISE. Su objetivo fue reconocer aquellas buenas prácticas en materia de seguridad vial laboral para ayudar a las empresas y a todo de tipo de instituciones a elevar sus exigencias de seguridad vial y prevenir lesiones entre sus empleados.

GUÍA PARA LA PROTECCIÓN DE RESTAURANTES, BARES Y CAFETERÍAS

Restaurantes, cafeterías y bares son los tipos de comercios que más se aseguran en España. Para aumentar la protección de estos establecimientos, la Federación de Cocineros y Reposteros de España (FACYRE) y la Fundación MAPFRE han elaborado una *Guía para la protección de Restaurantes, Bares y Cafeterías*, donde se explican los tipos de riesgos a los que se enfrentan habitualmente.

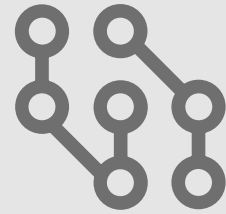
FACYRE y Fundación MAPFRE trabajan desde hace casi dos años en acciones conjuntas de prevención como la campaña SOS Respira.



La presentación de la guía tuvo lugar en un restaurante



PUEDES DESCARGARLO EN [ESTE LINK](#)



LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA EDUCACIÓN

Las nuevas tecnologías de la información, las TIC, contribuyen a que los alumnos estén motivados y sean innovadores y participativos, "autónomos" y "curiosos", a que aprendan a trabajar en equipo, realizar las tareas a su ritmo y entrar en contacto con estudiantes de otros países.

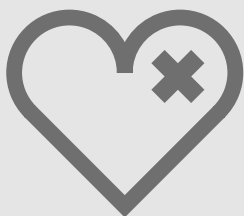
Así lo refleja el informe que han publicado Fundación MAPFRE y la Universidad Autónoma de Barcelona, y que se puede descargar de forma gratuita en www.fundacionmapfre.org.



DESCÁRGATELO DE FORMA GRATUITA EN WWW.FUNDACIONMAPFRE.ORG

DÍA EUROPEO DE CONCIENCIACIÓN ANTE LA PARADA CARDIACA

Fundación MAPFRE participó en la celebración del Día Europeo de concienciación ante la parada cardíaca bajo el lema: “Una sociedad que salva vidas”. La Fundación ha desarrollado para esta campaña una serie de materiales divulgativos para hacer llegar un mensaje vital a la sociedad: Ante una parada, actúa. Tu decisión puede ser esencial para salvar una vida.



¡DESPERTANDO MILES DE SONRISAS!

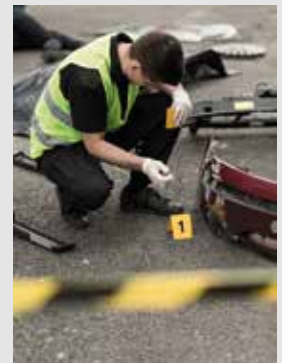


FERIA SOLIDARIA FUNDACIÓN MAPFRE

Los pasados 2 y 3 de diciembre Fundación MAPFRE celebró esta Feria Solidaria que quiere ser un altavoz para pequeñas organizaciones que trabajan por la igualdad de posibilidades en la sociedad. Con más de 10.000 visitantes, la Feria Solidaria ha recaudado 30.000 euros y se han recogido 2.000 juguetes, 1.500 kg de ropa y una tonelada de alimentos. Este evento fue posible gracias a la participación de nuestros voluntarios así como a la colaboración y el compromiso de deportistas e instituciones, como Rafa Nadal y jugadores de la Selección Española de Fútbol, del Real Madrid, del FC Barcelona, Fundación Mahou, Iberia, Serunion, entre otros.

HOMENAJE GLOBAL Y CONCIENCIACIÓN

Con motivo del Día Mundial en Recuerdo de las Víctimas de Tráfico declarado por la ONU, Fundación MAPFRE se unió el pasado 19 de noviembre a este homenaje global. El objetivo para 2020 es la reducción de muertes y heridos en un 50% en accidentes de tráfico. Este día se dedica al recuerdo de los millones de personas que han perecido o han resultado heridas en accidentes de tráfico, pero también a sus familias y comunidades, a los servicios de emergencia y a la concienciación para terminar con esta lacra social.



SÍGUELO
Y COMPÁRTELO
CON LA ETIQUETA
#WDOR2017

PRÓXIMAS EXPOSICIONES EN MADRID Y BARCELONA



EL AÑO
ARRANCARÁ
CON **TRES**
EXPOSICIONES
EN LAS SALAS
DE MADRID Y
BARCELONA QUE
CONSTITUIRÁN UNA
VEZ MÁS UNA CITA
INDISPENSABLE
CON EL ARTE

El 25 de enero, en la Sala Bárbara de Braganza de Madrid, se inaugura una amplia muestra retrospectiva del trabajo fotográfico y cinematográfico de **ED VAN DER ELSKEN (1925-1990)**, reconocido como el fotógrafo holandés más importante del siglo XX.

La exposición **DERAIN, BALTHUS, GIACOMETTI** concebida por el Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris, Paris Musées, se ha organizado con Fundación MAPFRE y muestra una selección de más de un centenar de pinturas, obras gráficas y esculturas, principalmente de los años veinte a los sesenta, que repasa los momentos cruciales de la amistad artística de estos tres autores. Podrá visitarse del 1 de febrero al 6 de mayo en la sala Recoletos de Madrid.

BRASSAÏ (1899-1984) fue un miembro clave del grupo de fotógrafos europeos y estadounidenses que, a lo largo del siglo XX, lograron redefinir la identidad y enriquecer el potencial de la fotografía como medio artístico. La exposición que dedica Fundación MAPFRE a su obra, cuyo tema principal fue París, podrá verse desde el 19 de febrero en la Sala Garriga Nogués de Barcelona.



Ed van der Elsken,
Girl in the Subway, 1984.
Nederlands Fotomuseum
© ed van del elsken /
collection stedelijk museum
amsterdam

Alberto Giacometti, *Autorretrato*,
1920. Fondation Beyeler, Riehen/
Basilea. Foto: Robert Bayer/
Beyeler Collection
© Succession Alberto Giacometti
(Fondation Alberto et Annette
Giacometti, Paris / ADAGP, Paris)
VEGAP, Madrid, 2017

Brassaï,
*Extinguishing a Streetlight, rue
Émile Richard c 1932 (Nuit 267)*.
Estate Brassaï, Paris.
© Estate Brassaï Succession, Paris



Balance

Fundación **MAPFRE**

10 años comprometidos

Con más de 40 años de experiencia, somos reconocidos por nuestro compromiso con la mejora de la calidad de vida de las personas y el progreso de la sociedad.

Porque esa es nuestra misión
y la hacemos realidad en 30 países.

fundacionmapfre.org



EL MUNDO DE MAPFRE

#98

