A aposta da MAPFRE pelos ativos alternativos

COMO MEDIMOS A **EXPERIÊNCIA DO FUNCIONÁRIO**

PROTAGONISTAS DA **ÁREA TÉCNICA** DA MAPFRE

EM CASA OU NO ESCRITÓRIO, **CUIDE DA SUA ERGONOMIA!**

O MUNDO DA MAPFRE #111

MAPFRE

LA PARTE QUE NOS TOCA
En MAPFRE cuidamos de las personas y del medioambiente hoy, para asegurar el futuro mañana.
#lapartequenostoca
Descubre qué estamos haciendo para asumir la parte que nos toca en MAPFRE.com
MAPFRE
Tu aseguradora global de confianza

Tempos de recuperação

O DADO

EM 2020 **A RECEITA CONSOLIDADA DO GRUPO** ASCENDEU A

25.419

MILHÕES DE EUROS

CONSULTE TODOS OS DADOS NA SEPARATA **QUADRO ESPECIAL**

Avançamos no ano de 2021 com a esperança da vacinação, com o olhar voltado para a recuperação da crise na Europa, e preocupados com a evolução da pandemia nos outros países onde estamos presentes. Temos sido uma empresa muito ativa em proteger a nós mesmos e aos demais, fazendo #AParteQueNosToca, como você pode ver nos artigos que comentamos como a MAPFRE se esforçou para proteger seus clientes, colaboradores e a sociedade na pandemia e, especificamente, sobre as ações que Tu Fundación está realizando na América Latina, onde a crise é ainda maior.

Mas esqueçamos do Covid por um momento e voltemos a outra parte que também nos toca muito: o compromisso da MAPFRE com ativos alternativos. Em nossa reportagem de capa, te contamos como estamos realizando a difícil tarefa de encontrar bons ativos que gerem rentabilidade em um ambiente de taxas de juros cada vez mais complexo.

TEMOS SIDO UMA EMPRESA MUITO ATIVA EM PROTEGER A NÓS MESMOS E AOS DEMAIS, FAZENDO **#APARTEQUENOSTOCA**, COMO VOCÊ PODE VER NOS ARTIGOS QUE COMENTAMOS **COMO A MAPFRE SE ESFORÇOU PARA PROTEGER SEUS CLIENTES, COLABORADORES E A SOCIEDADE NA PANDEMIA**

Na seção SOU MAPFRE você verá como funciona o Modelo de Medição e Escuta da Experiência do Empregado, porque, para a MAPFRE, você está no centro e queremos que tenha a melhor experiência. Portanto, a primeira coisa é saber o que você vivencia, o que sente... para dar o melhor de si mesmo.

Sem os PROTAGONISTAS desta edição, o motor da MAPFRE não funcionaria. Eles são a área técnica, desenvolvem ferramentas de trabalho que nos permitem viabilizar produtos que transformam a vida das pessoas.

E em INOVAÇÃO você vai conhecer o WOOM, um aplicativo que já ajudou mais de 100.000 mulheres a engravidar e com o qual a MAPFRE se aliou para levar esta tecnologia a cada vez mais mulheres.

Já é do conhecimento de todos que as mudanças climáticas tornam cada vez mais necessária a caminhada em direção a um modelo econômico verde e sustentável. Uma forma de alcançá-lo é apostando na economia circular. É disso que trata o nosso artigo de SUSTENTABILIDADE nesta edição e de como a MAPFRE está apoiando as PMEs espanholas para alcançá-lo.

Preste atenção nas dicas de ergonomia que lhe damos em nossa seção ESTAR BEM. Esteja você trabalhando em casa ou no escritório, aqui estão as chaves para ajudá-lo a trabalhar da maneira mais saudável possível.

E, por fim, aproveite as férias! Te esperamos na volta com muitos mais temas.

STAFF

Presidente do Conselho Editorial
Ignacio Baeza

Diretor
Javier Fernández González

Colaboraram neste número
Juan Francés, Alberto Gayo, Joaquín Hernández, Enrique Vega, Sara Elena Torres Hortal, Nuria del Olmo, Marina Calvo, Paula Miguel, Carolina Circelli, Amaury Nieto, Caitlin Creemer, Jennifer O'Meara e Ramón Oliver

Edição
Violeta Mateo Román

Edição
Direção de Comunicação da MAPFRE

Design e layout
Moonbook

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

Impressão
Gráficas Monterreina

Depósito Legal
M.1.017-1993

ISSN
1132-9068

AVALIE NOSSOS ARTIGOS EM
www.elmundodemapfre.com

ESPERAMOS SEUS **COMENTÁRIOS** EM **NOSSA EDIÇÃO DIGITAL**

FSC
www.fsc.org
MIXTO
Papel procedente de fuentes responsables
FSC® C014381

06
MAPFRE HOJE

A aposta da MAPFRE em ativos alternativos. As seguradoras enfrentam a difícil tarefa de encontrar ativos bons e rentáveis em um ambiente de taxas de juros cada vez mais complexo.

12

MAPFRE lança um canal de podcasts para divulgar conteúdos de sua expertise.

14
SOU MAPFRE

Somente quando temos a melhor experiência podemos dar o melhor de nós mesmos. Gerenciamos as experiências de nossos funcionários com base na medição, para saber o que eles estão vivenciando em todos os momentos e, assim, antecipar suas necessidades.

20
PROTAGONISTAS

Área técnica. A engrenagem que move o motor da MAPFRE. Rafael, Pablo, Lourdes, Stéfano, Patricia, Karen, Lastenia, Matthew, Yusimi, Maria, Daniele e Romina nos contam seus desafios presentes e futuros. Perguntamos a eles sobre os desafios que o negócio exige na área técnica, quais são os principais conhecimentos a serem adquiridos em um futuro próximo, o que lhes apaixona em seu trabalho e como veem o futuro.

28
DESCUBRA

A MAPFRE se esforça para proteger seus clientes, colaboradores e a sociedade durante a pandemia.

36

75 anos à frente do escritório de Morón de la Frontera.

40

Femtech: soluções tecnológicas focadas na saúde feminina.

46
SUSTENTA-BILIDADE

A economia circular, um desafio para as PMES.

50
BEM-ESTAR

Esteja você trabalhando em casa ou no escritório, cuide da sua ergonomia!

56
TU FUNDACIÓN

A Fundación MAPFRE aumentou em 10 milhões de euros sua ajuda à América Latina para realizar mais de 60 projetos em 17 países que ajudem a lutar contra os efeitos econômicos da covid-19.

MAIS INFORMAÇÕES
EM NOSSA EDIÇÃO DIGITAL

VISITE MAPFRE.COM PARA CONHECER OS **RESULTADOS ANUAIS**

A APOSTA DA MAPFRE PELOS ATIVOS ALTERNATIVOS

TEXTO **ENRIQUE VEGA**
FOTOGRAFIAS **MAPFRE**, **ISTOCK**

As seguradoras enfrentam a difícil tarefa de encontrar bons ativos que sejam rentáveis em um ambiente de taxas de juros cada vez mais complexo. Desde 2014, a taxa de juros na zona do euro tem se mantido em níveis próximos de zero e nos Estados Unidos, embora o Federal Reserve tenha começado a mudar sua política monetária gradualmente alguns anos depois, teve que dar um passo atrás e atualmente se encontra novamente em 0,25%. Este cenário teve um impacto direto nas contas das instituições financeiras e também das seguradoras, que são conhecidas por ter um balanço muito conservador com uma alta exposição à dívida de alta qualidade que atualmente rende muito pouco.

O recente relatório *Investimentos do Setor Segurador*, elaborado pela MAPFRE Economics, aponta, de fato, que grandes grupos seguradores, reconhecidos como um dos principais investidores institucionais da dívida pública a nível global, investem mais de 75% de seus balanços em dívidas de alta qualidade, tanto soberanas quanto corporativas. E, neste contexto, é muito difícil manter o retorno dos investimentos e alinhar, ao mesmo tempo, a duração dos ativos e passivos, tendo em vista que ainda existem carteiras antigas com altas taxas garantidas.

Ao contrário de outras instituições financeiras, o modelo de negócio segurador implica a necessidade de implementar estratégias de investimento orientadas por passivos, de forma a conseguir um «casamento» adequado entre prazos, divisas e taxas de juro entre os passivos assumidos e os instrumentos de investimento que os respaldam. Por isso, além dos investimentos em renda fixa (corporativa e soberana), a MAPFRE, como o resto do setor segurador, está imersa na busca por ativos alternativos mais rentáveis. Neste momento, o Grupo se encontra em uma posição prudente no que diz respeito a estes investimentos, ao contrário do que acontece com outras empresas concorrentes, uma vez que o volume destinado – cerca de 1 bilhão de euros investidos em diferentes projetos – representa uma porcentagem muito pequena quando comparada à dimensão do balanço total, que se situa acima dos 65 bilhões de euros.

Edifício de escritórios *prime* localizado no distrito de St. Georg, Hamburgo.

50%
DE PARTICIPAÇÃO

100
MILHÕES DE EUROS INVESTIDOS

JOINT VENTURE
PAN-EUROPEIA

Ativos imobiliários

A MAPFRE estreou no mercado imobiliário em 2018 juntamente com a GLL, do grupo Macquarie, através de um fundo de investimento para investir em escritórios *prime* nos principais mercados europeus. A MAPFRE entrou no acordo com uma participação de 50% e um investimento total de 100 milhões de euros. Esta aliança, estabelecida para investir até 300 milhões, adquiriu edifícios de alto padrão em Luxemburgo e a antiga sede da BBC Radio no distrito de Fitzrovia, no coração de Londres.

Em março, adquiriram um edifício de escritórios *prime* de 6.000 m² no bairro de St. Georg, em Hamburgo. O imóvel, que antes pertencia à Allianz Real Estate, conta com o selo de sustentabilidade DGNB Gold que avalia aspectos econômicos, ambientais, de conforto e qualidade.

Além disso, em meados de 2019, o Grupo chegou a um acordo com a Swiss Life para a criação de um fundo de investimento no mercado imobiliário. Desta forma, a MAPFRE, com metade da participação e um desembolso de mais de 100 milhões de euros, decidiu apostar nos escritórios *prime* localizados em Paris.

Mais recentemente, no final de abril deste ano, a MAPFRE impulsionou esta aliança com a criação de uma Joint Venture, um fundo de investimento pan-europeu com um volume inicial de ativos avaliado em 400 milhões de euros, com o objetivo de investir no mercado imobiliário espanhol e italiano.

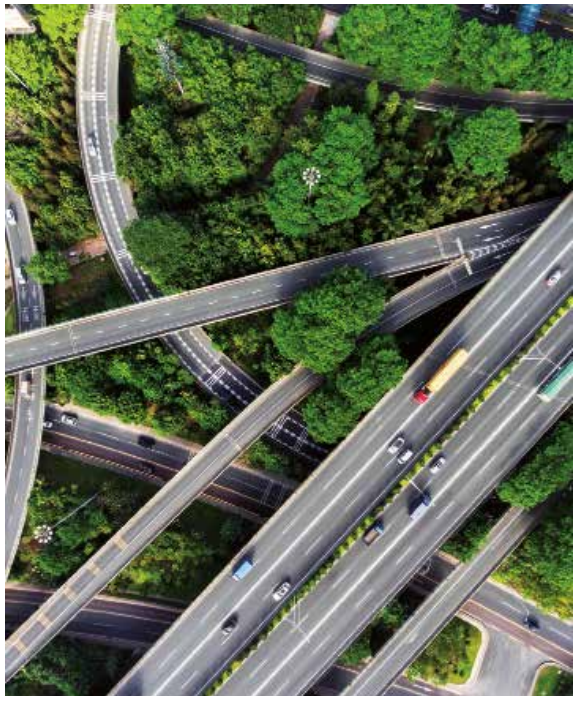
Infraestruturas

A MAPFRE e a Abante, no desenvolvimento de sua aliança estratégica iniciada há dois anos e por meio do Macquarie, um grupo de serviços financeiros com sede na Austrália, lançaram em 2020 um fundo de infraestruturas de até 300 milhões de euros. Nesse sentido, a MAPFRE se comprometeu a contribuir com um capital inicial de 50 milhões de euros, de acordo com os critérios de sustentabilidade, social e governança (ESG, na sigla em inglês), embora esse número tenha aumentado para 100 milhões.

Este fundo, que tem despertado o interesse de investidores institucionais e de bancos privados e que tem como subjacente diversas estratégias do Macquarie Infrastructure and Real Assets (MIRA), oferece aos investidores a oportunidade de ter acesso a um tipo de ativo que permite a diversificação de carteiras em um ambiente de taxas de juros baixas.

50
MILHÕES DE EUROS DE CAPITAL INICIAL

CRITÉRIOS ESG
SUSTENTABILIDADE SOCIAL E GOVERNANÇA



Capital privado

No intuito de avançar com as estratégias de investimento em ativos alternativos, a MAPFRE lançou, juntamente com a Abante e a Altamar, um fundo no qual o grupo segurador comprometeu um valor superior a 200 milhões de euros em 2020. Especificamente, a MAPFRE Private Equity FCR, registrada na CNMV, reúne os investimentos em capital privado já realizados pelas entidades do grupo, bem como os investimentos presentes e futuros, e conta com uma postura conservadora.

Este tipo de investimento, denominado «evergreen» ou permanente, atende às necessidades das seguradoras e demais investidores institucionais que, devido à natureza do seu negócio, têm que investir em ativos de muito longo prazo. Além disso, ao contrário de um fundo de capital privado tradicional, cuja vida média é em torno de dez ou doze anos, esse instrumento tem prazo ilimitado.

Como afirma José Luis Jiménez, diretor-geral de investimentos da MAPFRE, esses investimentos «permitem diversificar a carteira em um momento em que o mercado é muito atraente, pois grandes oportunidades podem ser geradas nos próximos meses».

200
MILHÕES DE EUROS EM CAPITAL PRÓPRIO

EVERGREEN
PRAZO ILIMITADO

Investimentos sustentáveis

A quarta aposta do grupo segurador em investimentos alternativos é o recente acordo firmado com a Iberdrola para investir conjuntamente em energias renováveis na Espanha. Este projeto, que contará com uma participação de 80% da MAPFRE, envolve a criação de uma joint venture inédita entre uma empresa de energia e uma seguradora.

A Joint Venture contará com até 230 MW em projetos verdes – tanto eólicos como fotovoltaicos – da carteira de ativos da empresa de energia. Este acordo também prevê a incorporação de outros ativos operacionais, bem como novos projetos de desenvolvimento de energias renováveis, até alcançar os 1.000 MW.

Da mesma forma, no âmbito da diversificação de ativos alternativos, o objetivo adicional desta aliança é que clientes terceiros, como a Abante, tenham a possibilidade de co-investir neste fundo de energia limpa, no qual serão investidos conjuntamente cerca de 800 milhões de euros.

80%
DE PARTICIPAÇÃO DA MAPFRE

230 MW
EM PROJETOS VERDES

Espetáculo noturno de Puy du Fou.

Uma viagem única no tempo

Ultrapassando as barreiras mais tradicionais, a MAPFRE decidiu se tornar acionista da Puy du Fou, uma empresa francesa de parques temáticos, com 19,3%. A construção de um parque sobre a história da Espanha na província de Toledo foi o principal motivo pelo qual se decidiu apostar neste projeto.

Copiando a fórmula do país gaulês, a MAPFRE decidiu abrir o parque espanhol em duas fases: a primeira, em agosto de 2019, oferecendo espetáculos noturnos relacionados aos acontecimentos mais importantes da história da Espanha; e a segunda, na primavera deste ano, abrindo as portas do parque físico, que conta com atrações, barracas, oficinas, restaurantes e apresentações diurnas para todas as idades.

Com todos esses investimentos, a MAPFRE desembolsou mais de 850 milhões de euros. O compromisso do Grupo com ativos alternativos é um fator que deve ser levado em consideração e, apesar de ter um peso menor dentro da carteira de produtos, a promoção de novos projetos permitirá à MAPFRE ter uma maior exposição nesta área e explorar novas oportunidades de investimentos.

19,3%
INVESTIMENTO NA EMPRESA FRANCESA

850
MILHÕES DE EUROS INVESTIDOS

ESTAMOS NAS PRINCIPAIS PLATAFORMAS DE PODCAST

MAPFRE LANÇA UM **CANAL DE PODCASTS** PARA DIVULGAR O CONTEÚDO DE SUA EXPERTISE

Saber como os atletas profissionais administram seu dinheiro, decifrar o futuro da inovação no setor segurador e analisar as tendências econômicas mundiais são algumas das primeiras propostas da MAPFRE em um canal emergente de comunicação atual: os podcasts. Te contamos em detalhes neste artigo.

Vivemos um momento de profundas transformações no âmbito da comunicação, onde as gerações mais jovens não assistem aos programas de uma emissora de televisão, nem leem um determinado jornal todos os dias, nem ouvem uma determinada rádio, mas consomem conteúdos, principalmente através das redes sociais.

Nesse novo cenário, o conteúdo, ou melhor, a qualidade do conteúdo, é o que marca a fronteira entre os produtos de sucesso e os que não o são. Isso abre um campo de jogo completamente diferente, no qual a mídia não é mais a única intermediária que pode entregar seu conteúdo a públicos diferentes. Outros atores surgem, como as próprias empresas.

O conteúdo é o rei hoje em dia porque, no universo da internet, o melhor conteúdo consegue alcançar audiências crescentes, independentemente de ser um meio de comunicação ou uma empresa. A internet nivela o campo de jogo para todos. Bill Gates previu isso quando, em 1996, o fundador da Microsoft afirmou que "aqueles que tiverem sucesso promoverão a Internet como um mercado de ideias, experiências e produtos, um mercado de conteúdos".

É neste contexto que se enquadra o lançamento de um novo canal de comunicação da MAPFRE: o dos podcasts. Se o conteúdo é a chave, o áudio é o canal que melhor capta as necessidades de muitos cidadãos de se informar, aprender coisas novas ou, diretamente, se entreter.

O confinamento e a tendência que a pandemia trouxe de passar mais tempo em casa impulsionaram o uso de dispositivos de áudio – como os assistentes inteligentes – e o consumo de podcasts. De acordo com o Estudo Anual de Áudio Online, do IAB Spain, 70% dos internautas consomem podcasts diariamente.

Canal de Podcast da MAPFRE A MAPFRE decidiu se juntar a este novo fenômeno com o lançamento de vários programas, que se integram na oferta do novo canal de podcasts, que brevemente estará disponível na página corporativa www.mapfre.com

O primeiro programa se chama ***La Bolsa de Deporte*** e é apresentado por Luis García, gerente da MAPFRE AM e do MAPFRE AM Behavioral Fund. A cada 15 dias, Luis García entrevista atletas profissionais para saber mais sobre como administram seus investimentos e que lições aprenderam com o esporte que podem ser levadas para o campo dos mercados e da atividade empresarial. Esteban Granero, Fernando San Emeterio e Lola Gallardo foram alguns de seus primeiros convidados.

Na MAPFRE começamos com uma grande vantagem, que facilita muito o nosso trabalho, que é contar com um enorme conhecimento especializado, com muitos profissionais verdadeiramente destacados em sua área. Por meio dos podcasts, podemos ampliar a disseminação desse conhecimento especializado e gerar conteúdos de alta qualidade para atingir novos públicos.

Outro podcast é o ***Code Insur_space,*** a aposta da MAPFRE Open Innovation para entender melhor o mundo InsurTech, uma conversa inspiradora com especialistas em tecnologia, transformação, design e arte para decodificar o presente e entender o futuro.

Joan Cuscó, Diretor Global de Transformação da MAPFRE, conversa com profissionais renomados das áreas de tecnologia, transformação, design, robótica, empreendedorismo e artes em busca de respostas para o momento de mudança que vivemos e para saber como alguns dos profissionais mais reconhecidos pensam e quais projetos são mais interessantes na era digital.

Finalmente, ***Economics Café*** é a última adição. Neste espaço, os especialistas da MAPFRE Economics e o centro de pesquisas da empresa analisam a evolução da conjuntura econômica mundial, bem como do setor de seguros. Os primeiros programas abordaram questões como as perspectivas econômicas do planeta em um mundo pós-pandêmico e quais países têm sistemas previdenciários mais tensionados.

Nos próximos meses, está previsto o lançamento de novos espaços. Você pode ouvi-los no site da MAPFRE e nas principais plataformas de podcast (Spotify, Apple Podcast, Ivoox, etc.)

VISITE A SEÇÃO PESSOAS
NA INTRANET GLOBAL

SOMENTE QUANDO TEMOS A MELHOR EXPERIÊNCIA PODEMOS DAR O MELHOR DE NÓS MESMOS

Gerenciamos as experiências dos nossos clientes com base na medição, para saber o que eles estão vivendo em cada momento e, assim, antecipar suas necessidades. Por que não fazer o mesmo com os nossos funcionários, que são o centro da nossa atividade e que, ademais, são os responsáveis por tornar real essa experiência do cliente?

TEXTO **SARA ELENA TORRES HORTAL**
FOTOGRAFIAS **MAPFRE**

Para a MAPFRE, você está no centro da nossa ação e queremos que você tenha a melhor experiência. Portanto, a primeira coisa é saber o que você vive, o que sente..., e para isso, desenvolvemos um Modelo de Escuta e Medição da Experiência do Empregado que nos permite realizar essa medição através de diferentes ferramentas, porque somente quando temos a melhor experiência é que conseguimos dar o melhor de nós mesmos. Em 2020, continuamos trabalhando para melhorar a experiência dos nossos funcionários e finalizamos a implementação desse modelo.

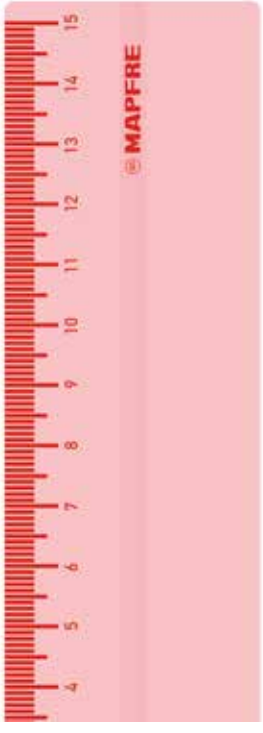
«Em tudo o que fazemos dentro da gestão de pessoas, é possível ver o claro compromisso da MAPFRE com todos os seus funcionários», afirma Elena Sanz, Diretora-Geral de Pessoas e Organização.

Te apresentamos e explicamos nosso Modelo de Escuta e Medição da Experiência do Empregado.

Só podemos proporcionar a melhor experiência se ouvirmos o que você tem a dizer. Portanto, agora que podemos conhecer e monitorar totalmente sua experiência, podemos tomar decisões que impactem positivamente no seu dia a dia. Este modelo é um novo processo de recursos humanos e contempla três momentos.

«Este novo modelo de escuta e medição nos permite obter uma melhor informação sobre as necessidades atuais dos funcionários e conhecer, em detalhes, sua experiência de usuário em momentos-chave do seu ciclo na MAPFRE. Está nos ajudando a identificar os pontos sobre os quais devemos atuar para melhorar sua satisfação com a experiência, e as ações que realizarmos serão mais focadas e resultarão em um maior comprometimento com a empresa e em um impacto direto no negócio»

Magdalena Sanguinetti Pochettino, subdiretora de Experiência do Empregado da MAPFRE Espanha



1. MEDE O SEU ÍNDICE DE RECOMENDAÇÃO, SATISFAÇÃO E COMPROMETIMENTO, POR MEIO DE UM QUESTIONÁRIO, O ENPS® RELACIONAL,

realizado nos meses de maio e novembro e que mede a probabilidade de você recomendar a MAPFRE como empresa para trabalhar. Em 2020 aplicamos esse questionário em 13 países e, de todo o quadro funcional, 98% estão em países que apresentam um resultado (Employee Net Promoter Score) superior a 20 pontos, considerado como muito bom ou excelente.

Além disso, medimos o **Leader Index (ou índice de recomendação do líder),** que mede o grau em que os funcionários recomendariam seus gerentes/responsáveis em uma escala de 0 a 10. Em 2020, 61% dos funcionários deram uma pontuação de 9 ou 10.

Employee Satisfaction Index
Quais são os principais elementos que impactam no comprometimento do empregado?

- Conhecimento dos objetivos
- Orgulho pelo trabalho realizado
- Reconhecimento pelo trabalho realizado
- Contribuição à empresa
- Receber feedbacks de qualidade
- Oportunidades de desenvolvimento
- Colaboração

CICLO DE VIDA
DOS FUNCIONÁRIOS DENTRO DA MAPFRE

Personas MAPFRE
Talento y compromiso

ME UNO A MAPFRE
Vivo o processo seletivo.
Me acolhem.

CONTRIBUO
Atinjo meus objetivos.
Colaboro em um projeto.
Me comunico com a empresa.
Lidero uma equipe.

MEU DIA A DIA
Me retribuem.
Equilibro minha vida pessoal e profissional.
Experimento uma mudança.
Me relaciono.
Estou motivado.
Me sinto apoiado ante uma situação pessoal.

ME DESENVOLVO
Recebo feedbacks.
Aprendo.
Me sinto reconhecido.
Me movo.
Promovo.

TERMINA MINHA ETAPA PROFISSIONAL

- Ferramentas de trabalho
- Cuidado das pessoas
- Orgulho pelo rastro social

Este indicador mede o seu comprometimento por meio dessas dez variáveis. Em 2020 o resultado foi de 73, o que corresponde à porcentagem de colaboradores que avaliaram as dez variáveis com uma pontuação média de 8, 9 ou 10.

2. CICLO DE VIDA DO FUNCIONÁRIO

A experiência do empregado é uma jornada e o ciclo de vida do funcionário identifica os principais momentos da vida de uma pessoa dentro da empresa, aqueles em que uma boa ou má experiência tem especial relevância para o empregado em questão. Eles são chamados de "Momentos da Verdade"

«O modelo de experiência do empregado da MAPFRE renovou o foco na experiência do empregado e em sua jornada, colocando o funcionário no centro de tudo o que fazemos. Isso permite que nossa entidade nos Estados Unidos se concentre nos momentos-chave da jornada do funcionário para identificar os momentos "uau" e criar uma experiência melhor. Em nosso país, implementamos com sucesso as pesquisas relacionais e transacionais, bem como os grupos de funcionários locais como canais para saber como estão e obter seu feedback»

Lisa Kelly, HR Business Partners & Employee Experience nos Estados Unidos

Na MAPFRE, desenhamos nosso próprio ciclo de vida do funcionário, que consiste em 18 momentos. Como medimos este ciclo?

- Através de focus group, que na MAPFRE chamamos de experience pulse, com grupos de funcionários que constituem uma amostra representativa do quadro funcional ou com grupos de funcionários que são uma amostra de grupos específicos (jovens, perfis seniores, perfis estratégicos, expatriados, recém-chegados, promovidos recentemente, etc.), que podem ter uma experiência diferente da de outros funcionários em alguns momentos do seu ciclo de vida na empresa.

- O questionário eNPS® Transacional, que consiste em questionários curtos que são lançados quando o funcionário interage com qualquer um dos momentos do ciclo de vida (treinamento, mobilidade, avaliação, etc.)

3. O ÍNDICE DE QUALIDADE PERCEBIDA DA GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

Avalia a qualidade do serviço que prestamos desde as áreas de recursos humanos e a capacidade de evolução e adaptação da gestão de pessoas às necessidades da empresa e dos seus funcionários. É obtido por meio de um questionário de avaliação enviado a todos os funcionários do mundo uma vez por ano. Em 2020, o resultado foi de 7,9 de 10.

Este questionário mede quatro variáveis: o atendimento prestado, os tempos de resposta a qualquer consulta ou serviço solicitado, a qualidade do serviço e a evolução e adaptação da gestão de pessoas para responder às necessidades da empresa e dos funcionários.

Um modelo desenvolvido pela MAPFRE

Nosso Modelo de Escuta e Medição da Experiência do Empregado é exclusivo, sendo desenvolvido e construído do início ao fim pela MAPFRE.

«O modelo de escuta e medição da experiência dos empregados da MAPFRE está em evolução e, no Brasil, já vimos resultados positivos. Em 2019, com a implantação do eNPS semestral e com resultados em tempo real, ganhamos agilidade na identificação do cenário, possibilitando a criação de planos de ação mais assertivos e ágeis. Em 2021 iniciamos o eNPS transacional, adicionando 12 momentos importantes em que teremos a oportunidade de ouvir com mais frequência todos os colaboradores e, assim, continuar desenvolvendo ações que impactem positivamente em seu dia a dia. No Brasil, queremos que o funcionário esteja no centro das nossas decisões, acreditamos que este novo modelo de escuta e medição mais abrangente contribuirá para a melhoria de suas experiências e, consequentemente, de seu comprometimento»

Fernanda A. Marín, Gerente de Experiência do Empregado no Brasil

Neste processo, e especificamente na elaboração do eNPS® Relacional, tem sido muito importante o apoio e assessoramento da Área Corporativa de Apoio ao Negócio e, especificamente, do Observatório de Qualidade, responsável por conhecer a percepção dos clientes sobre a empresa, tanto em uma avaliação global da mesma, bem como nos chamados episódios críticos de interação com um cliente (Contratação, Renovação, Gestão de Incidentes, Sinistros, Assistências, etc.).

O Observatório de Qualidade, independentemente dos Recursos Humanos, é responsável por lançar, medir e reportar os resultados do eNPS® Relacional para os funcionários, que é realizado duas vezes por ano e mede a probabilidade de um funcionário recomendar a MAPFRE como empresa para trabalhar

«A colaboração com a equipe de Experiência do Empregado tem sido muito próxima. O Observatório de Qualidade realiza, de forma independente, as pesquisas e análises preliminares dos resultados obtidos. Acredito que a realização dessas pesquisas, bem como as respectivas análises por uma equipe totalmente independente, garante a imparcialidade, que

considero, juntamente com o anonimato, fundamental para que os funcionários da MAPFRE se sintam à vontade para responder às perguntas e possamos considerá-las com um alto grau de confiabilidade. Por outro lado, a magnífica adesão a esse projeto nos dá uma ideia do quão atrativo é para o funcionário poder dar a sua opinião e ver como as diferentes áreas de RH das empresas atuam com base nesses resultados». José Manuel Martínez Iglesias, responsável pelo Observatório de Qualidade da MAPFRE na Área Corporativa de Operações (Área Corporativa de Apoio ao Negócio).

O eNPS® Transacional foi desenvolvido conjuntamente pelas equipes de RH de diferentes países

Medir a experiência do empregado envolve medir o que ele vivencia, o que acontece em cada momento, quais são os fatos concretos, o que sente (percepções subjetivas), e relacionar tudo isso com a satisfação, recomendação (eNPS), engajamento...

Isso nos ajuda a identificar o que é fundamental para você e saber onde devemos agir para melhorar sua experiência, comprometimento e desenvolvimento e, por que não, vinculá-los à experiência dos clientes.

Nosso modelo, que já está totalmente implantado em vários países, e parcialmente em muitos outros, busca sempre colocar o funcionário no centro de tudo.

«O contexto global de mudança em que as empresas estão inseridas faz com que as áreas de gestão de pessoas enfrentem novos desafios para cumprir com a principal função de atrair, reter, gerir e desenvolver o talento de que a empresa necessita em cada momento. Portanto, cuidar da experiência do empregado ao longo de seu ciclo de vida dentro da empresa, desde o momento em que a pessoa se candidata à vaga até o encerramento de seu vínculo empregatício, e adequar a proposta de valor para personalizar ao máximo sua vivência em nossa empresa, fará a diferença: a pessoa dará o melhor de si mesma, se comprometerá e recomendará nossa empresa somente se sua experiência for positiva. Além disso, não podemos esquecer que a experiência do empregado fala muito sobre quem somos como empresa e o que nossos clientes e a sociedade em geral percebe através deles»

Anastasia de las Peñas, Diretora Corporativa de Experiência do Empregado

VISITE NOSSA EDIÇÃO DIGITAL
WWW.ELMUNDODEMAPFRE.COM

ÁREA TÉCNICA

A ENGRENAGEM QUE MOVE O MOTOR DA MAPFRE

TEXTO **VIOLETA MATEO** | FOTOGRAFIAS **ISTOCK, MAPFRE**

Todos concordamos que podemos ter a carroceria mais bonita do mundo, com interiores luxuosos em nosso carro de última geração, mas se não tivermos o maquinário bem lubrificado, nossa viagem pode não ter um final feliz. Graças aos colegas das diferentes áreas técnicas da empresa, as nossas engrenagens funcionam como o motor de um Alpine F1, as peças encaixam e não apresentam falhas. E não só isso, este motor está vivo, move-se com o tempo, é inovador e conhece perfeitamente o ambiente em que opera. Apresentamos nesta edição Rafael, Pablo, Lourdes, Stéfano, Patricia, Karen, Lastenia, Matthew, Yusimi, Maria, Daniele e Romina, que nos contam quais são seus desafios presentes e futuros. Perguntamos sobre os desafios que o negócio exige na área técnica, quais são os principais conhecimentos a serem adquiridos em um futuro próximo, pelo que são apaixonados em seu trabalho e como veem o futuro.

RAFAEL ARNELA
SUBDIRETOR DE SINISTROS DA MAPFRE SEGUROS (PORTUGAL)

DESAFIOS – «Há relativamente pouco tempo começamos a entender que o mundo dos seguros poderia ser afetado pelo uso das redes sociais. Algum tempo depois, previmos o envolvimento e as oportunidades do rastro digital, a internet das coisas, o *blockchain*, a big data, etc.
E então, o que está por vir, será mais parecido com o presente ou será ainda mais disruptivo?»

CONHECIMENTOS – «Aplicar as novas tecnologias para trabalhar a informação com melhores resultados, sabendo o que queremos e pretendemos para os novos tempos. Em um setor como o de seguros, devemos estar mais atentos do que nunca à evolução de todos os mercados, como eles evoluem, a partir do quê, com quais informações, com que tecnologia, com quais meios ou investimentos, e sempre tentando ser os primeiros através da inovação.»

MINHA PAIXÃO – «Em uma frase: ser capaz de surpreender o cliente sem perder o rigor da gestão, assumindo o preço justo. E para isso, é impossível fazer as coisas como sempre fizemos. Já não é suficiente. Temos que nos atualizar. Mas estou convencido de que podemos manter o serviço de qualidade e o foco na experiência do cliente que sempre foram nosso norte.»

FUTURO – Como resultado das nossas experiências passadas e, principalmente, as mais recentes, já internalizamos e assumimos que devemos nos adaptar a cada momento, a cada contexto, a cada perfil de cliente e a cada circunstância. Sem dúvida, teremos que continuar apostando em tecnologias e inovação. A função técnica terá de ser atualizada à medida que os comportamentos e hábitos das pessoas mudem. Todos nós, mas principalmente a área técnica, devemos ter um objetivo comum: fazer com que os seguros sejam simples, acessíveis e relevantes no dia a dia. A transformação digital deve ser apoiada em dois pontos cruciais: a digitalização omnicanal da relação com o cliente e a digitalização das operações. O ambiente da inteligência artificial (IA) é um exemplo claro de que as tecnologias vêm para somar. E acredito que devemos apostar nos celulares: um canal ideal para a venda e, principalmente, para o atendimento pós-venda.

PABLO MORCUENDE BOTELLO
CHEFE TÉCNICO DE INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS DA MAPFRE ESPANHA

DESAFIOS – São muitos. Por um lado, ante as mudanças que ocorrem em nosso entorno, é fundamental que sejamos ágeis e flexíveis para fornecer soluções que se adaptem aos hábitos de consumo dos nossos clientes. Por outro lado, com o acesso a novos dados e fontes de informação, é necessário aproveitar toda a nossa capacidade analítica para tornar os processos de subscrição e tramitação mais eficientes sem perder de vista o rigor técnico, melhorar a experiência do usuário e poder oferecer produtos adaptados às necessidades específicas de cada cliente.

CONHECIMENTOS – Atualmente trabalhamos com grandes volumes de dados, por isso é necessário possuir conhecimentos tecnológicos que possibilitem seu processamento para obter conclusões que nos permitam melhorar o negócio. No entanto, além dos conhecimentos ou habilidades atuais, temos que fazer do aprendizado um hábito contínuo, já que a tecnologia e as ferramentas estão em constante evolução e temos que nos adaptar rapidamente.

MINHA PAIXÃO – Sem dúvida, o que mais gosto é a mistura entre poder estar muito próximo do negócio e a aplicação de técnicas analíticas para extrair valor dos dados. Além disso, participamos de projetos em conjunto com muitas outras áreas da empresa, o que nos permite ver e compreender o negócio a partir de outros pontos de vista.

FUTURO – A maior necessidade será poder responder o mais rápido possível às mudanças que ocorram em nosso entorno. Será fundamental podermos oferecer soluções aos diferentes desafios atuais, relacionados aos novos hábitos de mobilidade, o surgimento de novos riscos, um melhor conhecimento dos clientes...

LOURDES CEVALLOS MATUTE
RESPONSÁVEL DA ÁREA TÉCNICA DE FIANÇA MAPFRE ATLAS (EQUADOR)

DESAFIOS — Na área técnica onde trabalho os desafios são vários: ter taxas competitivas sem arriscar a rentabilidade da empresa, mitigando a sinistralidade com estudos exaustivos do risco; gerar novos negócios com maior retenção e contas que gerem rentabilidade a longo prazo, mantendo condições adequadas de renovação. E um desafio muito importante é adaptarmo-nos ao novo normal, onde uma parte da casa passou a ser nosso local de trabalho, oferecendo aos nossos aliados estratégicos e clientes o mesmo serviço de qualidade que oferecemos quando nos encontramos presencialmente na empresa.

CONHECIMENTOS — A chave é adquirir conhecimentos sobre os novos riscos que surgem no mercado, como subscritores e analistas que devem estar atentos às necessidades dos futuros clientes e às propostas dos corretores ao nos oferecer uma operação.

MINHA PAIXÃO — O risco é a essência do seguro, então o mais empolgante para mim é ter a habilidade de analisar cada operação, já que, como cada empresa tem diferentes ramos de atuação, você se envolve com clientes, corretores... o dia a dia é o que diferencia uma seguradora e mais ainda a MAPFRE, que é a Seguradora Global de Confiança.

FUTURO — O desenvolvimento de ferramentas de trabalho que permitam otimizar o tempo de resposta de cotações, sistemas de preços que estejam atrelados ao índice de sinistralidade do cliente e para que na renovação sejam verificadas as novas condições que teremos que levar em conta. Qualquer coisa que economize tempo ajuda o futuro.

STÉFANO FERRARI
CHEFE TÉCNICO DE ANÁLISE DE RENTABILIDADE MAPFRE ASSISTÊNCIA

DESAFIOS — Dos muitos desafios que a área técnica enfrenta, o maior é a necessidade de se adaptar a um negócio que evolui muito rapidamente, o que requer a necessidade de adaptação constante. Da mesma forma, é cada vez mais importante o Time to Market, o período de lançamento, para podermos responder em tempo hábil às necessidades e solicitações de nossos clientes e parceiros. Por outro lado, o crescimento rentável implica propostas com uma construção sólida, com um acompanhamento contínuo para detectar de forma proativa qualquer desvio e poder reagir da forma mais eficiente e rápida possível. E temos que ser capazes de digerir todas as novas informações que são geradas, focando apenas no que realmente agrega valor à empresa.

CONHECIMENTOS – Uma abordagem mais próxima ao desenvolvimento do negócio nos permitirá ter um melhor entendimento das necessidades dos nossos clientes e colaboradores, podendo contribuir para oferecer uma melhor proposta de valor. Por outro lado, numa sociedade cada vez mais digitalizada, é necessário adquirir continuamente esses conhecimentos, tanto de comercialização como de gestão de sinistros em ambientes digitais. Da mesma forma, é importante reforçar o conhecimento em todas as ferramentas para melhorar o período de lançamento e a qualidade das nossas propostas.

MINHA PAIXÃO – Trabalhar na área técnica envolve muitos desafios no dia a dia, pois vemos realidades muito diferentes, tendo também a possibilidade de estar em contato com as diferentes unidades de negócio do mundo, o que te enriquece tanto profissionalmente quanto pessoalmente.

FUTURO – Acredito que, mais do que um ponto específico, tanto agora como no futuro, entendo que estamos em uma transformação contínua, necessária para acompanhar a transformação e as necessidades da empresa em cada um dos momentos.

O ambiente da inteligência artificial (IA) é um exemplo claro de que as tecnologias vêm para somar. Já estamos aproveitando essa funcionalidade fantástica setor de automóveis e não descartamos sua aplicabilidade em outros setores.

Rafael

Temos que fazer do aprendizado um hábito contínuo, já que a tecnologia e as ferramentas estão em constante evolução e temos que nos adaptar rapidamente.

Pablo

Ter taxas competitivas sem arriscar a rentabilidade da empresa, mitigando a sinistralidade com estudos exaustivos do risco.

Lourdes

Temos que ser capazes de digerir todas as novas informações que são geradas, focando apenas no que realmente agrega valor à empresa.

Stéfano

Evoluir cada vez mais na humanização das funções técnicas, viabilizando produtos que transformem a vida das pessoas.

Patricia

PATRICIA DE FREITAS SOEIRO
SUPERINTENDENTE DE SEGUROS ESPECIAIS. MAPFRE BRASIL

DESAFIOS — Não é novidade que a pandemia acelerou processos e estabeleceu novas formas de nos relacionarmos. Além disso, um antigo desafio tornou-se ainda maior: o de implementar de forma ágil e em larga escala as inovações tecnológicas que permitam atender cada cliente com rapidez e de acordo com suas preferências. Outro desafio é desenvolver produtos que fidelizem os diferentes públicos, com diferentes necessidades de proteção, diferentes faixas etárias, etc.

CONHECIMENTOS — Antecipar os desejos dos diferentes perfis de consumidores que nascem todos os dias. Analisar e estudar o mercado e as suas tendências é fundamental para a criação de soluções que, muitas vezes, os próprios clientes não identificam como necessárias até ao momento em que recebem a oferta adequada.

MINHA PAIXÃO — Poder contribuir para a evolução da sociedade, criando produtos úteis e com valor agregado para o dia a dia dos consumidores.

FUTURO — Evoluir cada vez mais na humanização das funções técnicas, viabilizando produtos que transformem a vida das pessoas, além de levar em consideração cada vez mais os fatores ambientais, sociais e de governança.

KAREN HERNÁNDEZ FUENTES

MANAGER. CLAIMS AUTOMOBILE MAPFRE PORTO RICO

DESAFIOS — Nestes tempos em que os nossos clientes têm maior acesso à informação, nosso negócio enfrenta o desafio de manter o cliente informado durante todo o ciclo da apólice e tudo o que esta representa, desde a renovação até o tratamento de um sinistro. No setor de Sinistros Automóveis enfrentamos constantemente este desafio, com o objetivo de notificar e detalhar os estágios de uma reclamação de forma simples, apesar de realizarmos um processo complexo nos bastidores.

CONHECIMENTOS — Compreender a tecnologia, o avanço e a inclusão dos processos automatizados de uma função técnica que geralmente é manual são fundamentais em nossa unidade. Ainda mais ante os desafios que a pandemia trouxe à interação pessoal, que é tão valiosa.

MINHA PAIXÃO — «Fazer a MAPFRE acontecer». O contato humano, o relacionamento, o serviço que prestamos como componentes de uma unidade técnica é o que faz a MAPFRE acontecer. Sou apaixonado pela resolução de cada caso, não necessariamente porque há uma indenização, mas porque cada comunicado nos deixa um aprendizado, uma experiência, uma oportunidade de melhorar, nos deixa uma marca como pessoa e como profissional.

FUTURO — Continuar automatizando processos e maximizar as ferramentas de autogestão são aspectos importantes que devem continuar sendo transformados em nossa área, para que o cliente reconheça a importância da participação ativa no tratamento de uma comunicação. Da mesma forma, a diversidade de opções e customização de produtos serão essenciais para captar a atenção do cliente.

LASTENIA MENDOZA DE HENRÍQUEZ

CHEFE TÉCNICO DE SUBSCRIÇÃO DE VIDA E SAÚDE. MAPFRE PANAMÁ

DESAFIOS — Nosso maior desafio é cumprir e melhorar os tempos de resposta na avaliação de risco dos nossos segurados (ou clientes), o que não depende apenas do subscritor, mas também dos nossos aliados que são uma parte importante do processo (como são os prestadores de serviços médicos, resseguradores, etc.). A adaptabilidade em um ambiente dinâmico e em constante mudança.

CONHECIMENTOS – Nas minhas funções, a informação é uma ferramenta de trabalho muito importante, por isso nos mantemos em constante atualização sobre novidades científicas, médicas, financeiras, riscos subjetivos e ocupacionais. Da mesma forma, temos interesse em conhecer os modelos preditivos durante as avaliações de nossos clientes, garantindo a melhor decisão para nossa empresa, clientes e aliados estratégicos.

MINHA PAIXÃO – Adoro analisar de forma integral os riscos que corremos. Cada avaliação é diferente, assim como os cenários e decisões que devem ser tomadas de forma rápida, eficiente e contínua.

FUTURO – A digitalização é a transformação mais importante. Conseguir processar um maior número de solicitações em menos tempo e com um menor custo, aproveitando as ferramentas e opções que nossos departamentos de tecnologia nos oferecem.

A diversidade de opções e customização de produtos serão essenciais para captar a atenção do cliente.

Karen

Cada avaliação é diferente, assim como os cenários e decisões que devem ser tomadas de forma rápida, eficiente e contínua.

Lastenia

MATTHEW MICALLEF
HEAD CLAIMS OPERATIONS MAPFRE MIDDLESEA (MALTA)

DESAFIOS — Um dos maiores desafios é a capacidade de nos mantermos atualizados com as mudanças e avanços tecnológicos, para oferecer um serviço de qualidade que atenda às expectativas dos nossos clientes de forma rápida e eficiente. Os processos de digitalização, as plataformas de prevenção de fraudes, os programas na nuvem e a automação de processos robóticos (RPA, em inglês) que estão se convertendo, de forma lenta, mas segura, em uma parte dos processos de trabalho atuais.

CONHECIMENTOS — A tecnologia representa uma grande parte dos conhecimentos essenciais que a equipe técnica deve ter, bem como o conhecimento dos procedimentos legais associados. Estar em dia com as decisões judiciais, que por sua vez se tornam jurisprudência, é muito importante. A sociedade está cada vez mais ciente da atividade jurídica e está disposta a usar qualquer sentença anterior em seu benefício.

MINHA PAIXÃO — Uma das maiores motivações para mim é o esforço simples e genuíno para ajudar uma pessoa que está passando por um momento difícil. Vemos centenas de sinistros todas as semanas, então isso é normal para nós, mas, para um cliente, um sinistro pode ser um evento que irá mudar sua vida, algo muito estressante, e o simples esforço de oferecer uma ajuda sincera é o suficiente para me deixar feliz. Também me motiva aprender algo novo todos os dias. Os sinistros podem abranger diferentes áreas, desde aspectos técnicos e comerciais até situações jurídicas e ambientais.

FUTURO — Em uma sociedade onde as redes sociais desempenham um papel crucial na conexão entre as pessoas, ao mesmo tempo que oferecem uma grande oportunidade de prestar um atendimento excelente ao cliente, a importância da qualidade do serviço será um aspecto muito importante que precisa de maior consideração por todas as pessoas que desempenham uma função técnica.

YUSIMI SARABAZA JAVIQUÉ
SUBSCRITORA DE AVIAÇÃO GERAL MAPFRE GLOBAL RISKS

DESAFIOS — Nosso maior desafio é subscrever o negócio com rigor, para alcançar um crescimento rentável da carteira. Temos que trabalhar com informações confiáveis, analisar os dados do risco e decidir rapidamente se ele se enquadra em nosso desejo de subscrição, caso em que devemos estabelecer os termos e condições necessários para uma subscrição correta. É essencial para o subscritor saber até que ponto pode comprometer a empresa ante um potencial sinistro. É importante se adaptar aos ciclos do mercado (hard ou soft market) e ser competitivo.

CONHECIMENTOS — Devido à nossa elevada especialização, devemos ter um alto conhecimento técnico da nossa área de atuação e uma vasta experiência. O seguro de aviação exige que estejamos a par das novas tecnologias da indústria aeronáutica, já que é um setor que se move muito rapidamente e com desafios constantes. É muito importante conhecer a realidade do mercado e devemos estar preparados para nos adaptarmos às mudanças.

MINHA PAIXÃO — Para mim é apaixonante trabalhar com uma grande variedade de riscos, em diferentes mercados. Isso faz com que meu trabalho seja diferente, novo e variado todos os dias. Eu posso analisar um negócio de qualquer lugar do mundo e realizar trocas com as realidades locais de cada um dos países com os quais interajo e isso torna o meu trabalho totalmente enriquecedor e gratificante.

FUTURO — Os riscos aos quais estamos expostos hoje mudaram, indo desde ataques cibernéticos, riscos derivados do uso de novas tecnologias, o desenvolvimento de modelos de negócios baseados em combustíveis verdes que reduzem as emissões, as “avionics” das novas aeronaves até aeronaves não tripuladas entrando no espaço aéreo não segregado, apenas para citar alguns.

MARIA SAWYER
RESPONSÁVEL PELA PRECIFICAÇÃO ATUARIAL MAPFRE USA

DESAFIOS — Como membro da equipe de precificação de mercado, nosso maior desafio na MAPFRE USA é criar uma estratégia de precificação de mercado aceitável para os reguladores de cada um dos Estados em que atuamos. Em muitos países, os responsáveis pela aplicação das políticas intervêm pouco sobre os preços. Nos Estados Unidos, no entanto, há um maior grau de supervisão e aplicação de limitações, de modo que restrições e otimização de preços geralmente não são permitidas.

CONHECIMENTOS — A chave para uma precificação de mercado bem-sucedida é entender os inúmeros aspectos que repercutem na forma como o mercado recebe nossa oferta. Isso inclui os preços e a elasticidade do cliente (ação ou inação do cliente na hora de comprar dentro das condições de mercado) e como nossos processos e nosso sistema de distribuição de vendas interagem com o mercado. A capacidade de analisar e reagir rapidamente ao ambiente do mercado em todos os momentos é outro ponto-chave do conhecimento que deve ser adquirido.

MINHA PAIXÃO — Adoro aproveitar as habilidades analíticas da minha equipe para contribuir com o objetivo positivo de crescimento da MAPFRE USA com a tarefa de fixar preços para o mercado. Isso implica um melhor entendimento do nosso posicionamento em relação à concorrência, além de saber como os clientes reagem aos nossos preços no mercado.

FUTURO — Estamos trabalhando para melhorar nossos modelos de elasticidade e vários cenários de análise de preços para conhecer e compreender melhor o mercado estadunidense. Ao melhorar continuamente nossos modelos e análises, podemos nos adaptar às mudanças do mercado e reagir rapidamente.

Para um cliente, um sinistro pode ser um evento que irá mudar sua vida, algo muito estressante, e o simples esforço de oferecer uma ajuda sincera é o suficiente para me deixar feliz.

Matthew

Eu posso analisar um negócio de qualquer lugar do mundo e realizar trocas com as realidades locais de cada um dos países com os quais interajo e isso torna o meu trabalho totalmente enriquecedor e gratificante.

Yusimi

Ao melhorar continuamente nossos modelos e análises, podemos nos adaptar às mudanças do mercado e reagir rapidamente.

Maria

A função técnica agora necessita novos conhecimentos, como análise de projetos, gestão financeira e tecnologia .

Daniele

Um dos maiores desafios é responder de maneira ágil e com um suporte técnico aos requerimentos dos nossos clientes.

Romina

DANIELE TURTERA
MANAGER - TREATY BRAZIL
MAPFRE RE DO BRASIL

DESAFIOS — O maior desafio é a mudança que estamos vivenciando na área técnica de resseguro, o que nos leva a ter que ser criativos. O resseguro não é mais constituído por contratos usuais e ramos já conhecidos. Agora, com a "modernização" do resseguro, é cada dia mais frequente a procura de um produto menos tradicional, com novos clientes, sejam eles de riscos globais ou insurtechs, com conceitos mais inovadores, como upfronting, totalmente focado em plataformas tecnológicas e aplicável a produtos diferenciados e não tão tradicionais como celulares, rastreadores, serviços de entrega em domicílio, etc. Tudo é muito novo e incerto para uma área acostumada a trabalhar com dados históricos e algoritmos determinísticos.

CONHECIMENTOS — A função técnica agora necessita novos conhecimentos, como análise de projetos, gestão financeira e tecnologia para poder desenvolver esses novos produtos de resseguro, com seus cronogramas de implantação, suas plataformas tecnológicas e verificando se as projeções estimadas fazem sentido e se garantem as margens de lucro mínimas e os resultados esperados.

MINHA PAIXÃO — A análise dos próprios contratos, quando você mergulha no mundo dos seus clientes (cedentes). Com isso, você obtém a percepção do cliente e a relaciona às informações recebidas pelo mercado e também às reuniões comerciais realizadas, propondo ao final as melhores soluções, oportunidades de melhoria e pontos de atenção.

FUTURO — A função técnica já passou por uma transformação recente. Havia a necessidade de estar mais próxima dos clientes e de buscar algo técnico, mas alinhado com suas expectativas e planejamento estratégico. No futuro, já não tão distante, teremos que agregar esses novos conhecimentos de forma que possamos abordar com o cliente uma visão completa, que o cliente possa discutir e contribuir com os projetos, índices, projeções financeiras e plataformas tecnológicas.

ROMINA ANDREA VERGARA LEIVA
ANALISTA ATUARIAL SÊNIOR
MAPFRE CHILE

DESAFIOS — Responder de maneira ágil e com um suporte técnico aos requerimentos dos nossos clientes, seja o cliente direto ou distribuidores, porque isso significa que há todo um trabalho multidisciplinar em todos os níveis da organização, é uma grande equipe de trabalho. Portanto, encontrar um equilíbrio entre todos esses fatores é um grande desafio.

CONHECIMENTOS — É muito importante desenvolver conhecimentos tecnológicos tanto nas ferramentas como em sua utilização, que apoiem a estratégia da empresa e que estejam na vanguarda das novas necessidades. Também acredito que é fundamental consolidar as habilidades interpessoais para aprimorar todo o conhecimento técnico que existe em cada um dos níveis da organização.

MINHA PAIXÃO — Aprender constantemente tanto a nível técnico, informático, financeiro, contábil, operacional, jurídico, das relações humanas, conhecer e compreender os processos envolvidos, as diferentes áreas que participam. Portanto, o dia a dia pode ser muito dinâmico, não fazemos a mesma coisa todos os dias e isso é muito enriquecedor. Tudo isso incentiva o trabalho em equipe e até mesmo com colegas de outros países.

FUTURO — Saber mais sobre o nosso cliente para responder ainda melhor às suas necessidades. Isso implica ter mais informações disponíveis sobre ele(a), seus gostos, suas necessidades e seus hábitos que mudam com o tempo. Isso também fortalece nossa função técnica e o serviço que prestamos, influenciando no refinamento dos nossos preços, o processo de subscrição e o apoio em caso de sinistros, para citar alguns exemplos.

ACESSE MAPFRE.COM PARA FICAR A PAR DAS NOVIDADES EM **INOVAÇÃO**

A MAPFRE SE ESFORÇA PARA PROTEGER SEUS CLIENTES, COLABORADORES E A SOCIEDADE DURANTE A PANDEMIA

TEXTO **REDAÇÃO *O MUNDO DA MAPFRE*** | FOTOGRAFIAS **MAPFRE**, **ISTOCK**

No ano mais difícil, caracterizado pelo impacto da COVID-19 no mundo, quase 180 milhões de casos e 3,8 milhões de mortes, o Grupo apoia o plano internacional de doações da Fundación MAPFRE, no valor de 45 milhões de euros entre 2020 e 2021, com medidas especificamente dirigidas a clientes e fornecedores em seus principais mercados. Em um contexto que mudou nossas vidas de forma inimaginável, a MAPFRE reforça sua resposta para atender às necessidades desses países, a fim de ajudar seus clientes, funcionários e a sociedade em geral por meio de descontos, ampliação de coberturas e adiantamentos aos fornecedores, entre outras ações.

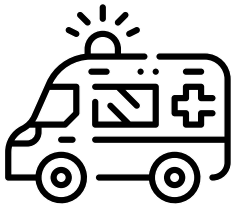
Colaboraram nesta reportagem Paula Miguel (Espanha); Carolina Circelli (Brasil); Amaury Nieto (México), e Caitlin Creemer e Jennifer O'Meara (EUA).

NA ESPANHA, **OS HERÓIS CUIDAM DO CLIENTE**

O anúncio, em março de 2020, do Estado de Alarme na Espanha e a decisão de aprovar um confinamento de quase três meses em todo o país, marcaram o início de um ano muito complicado para todos os setores da sociedade. Ainda assim, a MAPFRE continuou atendendo seus clientes, adaptando-se a uma nova realidade e garantindo a segurança de seus funcionários, fornecedores e segurados.

Essa situação colocou seus habitantes diante de um grande desafio: a adaptação ao desconhecido. Desde o primeiro momento, a MAPFRE começou

MANTER O ATENDIMENTO AO CLIENTE EM SERVIÇOS URGENTES, MESMO NAS SITUAÇÕES MAIS COMPLICADAS



a modificar de forma rápida seus protocolos para manter o atendimento ao cliente nos serviços urgentes, inclusive nas situações mais complicadas, tomando as medidas necessárias para evitar contágios.

A digitalização avançada da empresa e o comprometimento de seus funcionários permitiram, em poucas semanas, implantar o "novo normal" do teletrabalho para praticamente 90% do quadro funcional e para muitos colaboradores, que trabalharam desde suas casas sem complicações.

Numa seguradora, garantir o atendimento ao cliente nem sempre é compatível com o teletrabalho de determinados

grupos, que têm de continuar prestando seus serviços de forma presencial, ao lado do cliente, onde quer que seja. Para conseguir fazer isso e, ao mesmo tempo, proteger a saúde de todos, foi necessário um grande esforço de agilidade para desenvolver, em poucas horas, novos protocolos que garantissem a segurança e permitissem continuar atendendo as necessidades urgentes dos clientes.

O trabalho dos fornecedores da MAPFRE foi fundamental para a continuidade do serviço e sua contribuição para o combate à pandemia foi ainda mais longe, já que mais de 110 colaboradores participaram da montagem, adaptação e ampliação dos hospitais de campanha armados contra o relógio para atender os pacientes.

Ao longo do confinamento, a MAPFRE realizou mais de 90.000 atendimentos domiciliares de urgência, inclusive em casos em que havia algum positivo para COVID-19. Para isso, desenvolveu um protocolo específico de desinfecção e proteção de seus colaboradores, para que os profissionais contem com todo o material de proteção necessário nessas situações e trabalhem acompanhados por uma empresa especializada que realiza a desinfecção da área de trabalho e de todas as demais áreas de circulação, antes e depois de sua intervenção. Este procedimento garante a manutenção dos atendimentos de urgência e garante a proteção do profissional. Os fornecedores realizaram uma centena desses serviços desde o início da pandemia.

DURANTE TODO O CONFINAMENTO, A MAPFRE REALIZOU MAIS DE **90.000 ATENDIMENTOS DOMICILIARES DE URGÊNCIA, INCLUSIVE EM CASOS EM QUE HAVIA ALGUM POSITIVO PARA COVID-19.** PARA ISSO, DESENVOLVEU UM **PROTOCOLO ESPECÍFICO DE DESINFECÇÃO E PROTEÇÃO DE SEUS COLABORADORES**

Em um ano, foi realizado quase dois milhões de atendimentos rodoviários, dos quais 567.000 entre março e junho de 2020, os meses mais difíceis do confinamento na Espanha. Além disso, seus Centros de Atendimento Automotivo incorporaram um serviço de desinfecção com ozônio contra a COVID-19 para garantir aos seus clientes a devida segurança na hora de retirar seus veículos. Desde o início, já foram realizadas 40 mil desinfecções. O protocolo sanitário aplicado em residências e automóveis foi estendido a outras áreas: 350 edifícios da MAPFRE na Espanha, entre escritórios diretos, centros médicos, sedes, etc., receberam o certificado AENOR, que atesta espaços onde as medidas de segurança são de fato aplicadas.

Os profissionais de saúde têm sido, sem dúvida, os de maior papel na luta contra a pandemia. E a atividade dos 15 Centros Médicos da MAPFRE tem sido fundamental: durante o confinamento, foram realizadas mais de 45.000 ligações de acompanhamento para idosos e demais pacientes com patologias

diversas e cerca de 27.000 exames de detecção.

Esses centros têm enfrentado o grande desafio de implantar novos serviços que a sociedade vem demandando em função da pandemia, como a fisioterapia respiratória para o tratamento de sequelas pós-COVID, um novo serviço de videoconferência (com mais de 1.300 consultas realizadas, principalmente de psicologia), e outro de acompanhamento posterior a cerca de 2.000 pacientes. Respondendo a essas novas necessidades, os centros são reconfigurados para atender pacientes com outros tipos de patologias, sem colocar em risco a equipe médica ou o próprio paciente. Sem dúvida, um grande desafio de adaptação e inovação, no qual a equipe se dedicou totalmente.

Da mesma forma, o *app* de saúde da MAPFRE na Espanha, Savia, está desempenhando um papel particularmente relevante, oferecendo serviços gratuitos durante o confinamento e 315.000 consultas em um ano.

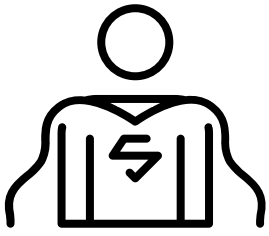
Assim como em muitos países, na Espanha, a empresa viveu um dos momentos mais difíceis de sua história. Na MAPFRE, os profissionais e funcionários da empresa tornaram-se verdadeiros heróis cotidianos e conseguiram fazer com que palavras como empatia, confiança e vocação para o serviço, que fazem parte do nosso dia a dia, assumissem um significado ainda mais profundo.

MAPFRE ESPANHA

Os profissionais e funcionários tornaram-se verdadeiros heróis cotidianos e conseguiram fazer com que palavras como empatia, confiança e vocação para o serviço, assumissem um significado ainda mais profundo.

MAPFRE BRASIL

Reforçou os canais digitais de atendimento e ampliou as coberturas de seguros domiciliares, beneficiando microempresários individuais que se viram forçados a mudar seu trabalho para casa.



NO BRASIL, "DE MÃOS DADAS" COM A SOCIEDADE

No Brasil já se passou mais de um ano desde o início da pandemia de COVID-19 e, agora, o país enfrenta, com certeza, o momento mais crítico para o combate à doença. Até o fechamento desta matéria, o país estava beirando os 14 milhões de casos e atingiu o maior pico de mortalidade diária, com medidas mais restritivas em todo o país.

A pandemia tem atraído para o Brasil um olhar coletivo sem precedentes no mundo, embora este colida, como acontece no espaço físico, com interesses nacionais e individuais. Nesse contexto, as grandes corporações também revisaram o papel que desempenham dentro de suas respectivas áreas de atividade (e, muitas vezes, até fora delas) para fazer frente à pandemia.

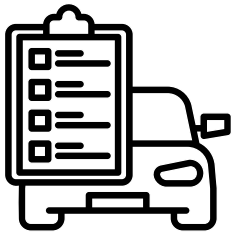
A MAPFRE, por seu próprio sentido de mutualismo e proteção cultivado ao longo de sua história, também atuou desde os primeiros casos para apoiar seus grupos de interesse no país. Para os funcionários, promovendo sua segurança, acolhimento e confiança. Além do teletrabalho, os mais de 3.000 funcionários que a empresa possui na região contam com

apoio psicológico, que também é estendido aos seus familiares, e é feito um acompanhamento para mapear eventuais sintomas relacionados à COVID-19. Para os colaboradores, como corretores e prestadores de serviços, buscamos minimizar os impactos da perda repentina de renda, estabelecendo condições especiais para a renovação de apólices, antecipando pagamentos a oficinas de veículos e oferecendo ajuda online para atualizar e treinar os funcionários.

No que diz respeito aos clientes, a MAPFRE fortaleceu os canais digitais **de** atendimento e ampliou as coberturas de seguros domiciliares, beneficiando microempresários individuais que se viram forçados a mudar seu trabalho para casa. Também oferece serviço de telemedicina, dentro dos seguros de vida, preservando as medidas de segurança e distanciamento social dos segurados.

A empresa foi uma das primeiras do setor no Brasil a incluir a cobertura por falecimento em decorrência da COVID-19 em seus seguros de vida e, posteriormente, nos seguros residenciais. Também criou um site, chamado *Retorno Seguro*, para apoiar as empresas que tiveram que retomar os atendimentos presenciais. Por meio da plataforma de inovação MAPFRE Open Innovation, passou a receber propostas de *startups* e funcionários voltadas para as pequenas e médias empresas, bem como prestadores de serviço, ajudando-os a enfrentar este complexo panorama econômico causado pela pandemia.

PARA **CORRETORES E PRESTADORES DE SERVIÇOS,** BUSCAMOS MINIMIZAR OS IMPACTOS DA PERDA REPENTINA DE RENDA, ESTABELECENDO **CONDIÇÕES ESPECIAIS PARA A RENOVAÇÃO DE APÓLICES, ANTECIPANDO PAGAMENTOS A OFICINAS DE VEÍCULOS E OFERECENDO AJUDA ONLINE** PARA ATUALIZAR E TREINAR OS FUNCIONÁRIOS.



A luta contra a COVID-19 ainda não acabou e, para a MAPFRE, uma empresa que confia e protege as pessoas em tudo o que faz, mobilizar-se em prol de seu público é algo natural. A empresa caminha de mãos dadas com a sociedade (embora de momento só o faça metaforicamente através da melhor qualidade de serviço e excelência), a partir da convicção de que sairemos mais fortes para viver um mundo melhor, mais confiável e seguro.

UM PAPEL ATIVO NO MÉXICO

Embora a tendência de casos de Covid no México tenha sido de declínio com o passar dos meses, com um leve aumento apenas em janeiro deste ano, o país está experimentando – até o fechamento deste artigo – uma queda gradual no número de casos. Mas a indústria mexicana segue lutando em diferentes áreas para conter os efeitos do coronavírus, principalmente nos setores econômico e sanitário. No México, a MAPFRE deixou claro desde o início que queria atuar como agente de mudança

e colocar todo o seu apoio e experiência à disposição das comunidades onde está presente para amortecer os efeitos da crise, destacando seu compromisso com os clientes, agentes, parceiros e sociedade em geral.

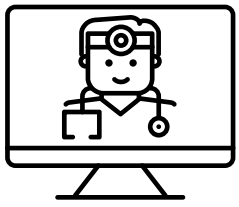
Dentro das ações iniciais, quando surgiram os primeiros casos no país, notificou a todos os seus usuários que a apólice de gastos médicos cobriria seus beneficiários contra a doença, sendo essa a primeira preocupação das pessoas.

Juntamente com estes esforços e preocupada com o coração da empresa e de seus funcionários, a seguradora ativou o plano de continuidade do negócio, com o principal objetivo de salvaguardar o bem-estar de todos. Moveu imediatamente 90% do quadro funcional para o *home office*, ou trabalho remoto, e rapidamente implementou seus procedimentos digitalmente, facilitando o atendimento aos clientes de forma remota, realizando perícias à distância, indenizações e coleta de documentos a domicílio. Com isso, conseguiu se tornar uma das primeiras empresas no México a aderir à iniciativa #euficoemcasa para fomentar a prevenção frente ao número crescente de casos.

Ao mesmo tempo, preocupados com a saúde financeira de seus

MAPFRE MÉXICO

Buscamos enfrentar a pandemia de forma pessoal, já que os afetados são nossos clientes, parceiros e colaboradores, parte de nossa família e, por isso, faremos todo o possível para proporcionar-lhes tranquilidade e segurança.



funcionários e clientes, ofereceu um desconto de 20% nos seguros de automóveis, buscando reduzir o impacto econômico que este poderia representar para as famílias.

"Sabemos que a COVID-19 tem causado estragos no México e no mundo, não temos dúvida disso. É por isso que, na MAPFRE, buscamos enfrentar a pandemia de forma pessoal, já que os afetados são nossos clientes, parceiros e colaboradores, parte de nossa família e, por isso, faremos todo o possível para proporcionar-lhes tranquilidade e segurança", afirmou José María Romero, CEO da MAPFRE México e LATAM Norte.

Uma de suas maiores preocupações, além da saúde de seus funcionários, está ligada ao impacto que as medidas de contingência e distanciamento social podem ter sobre os sócios, parceiros e clientes. Por este motivo, implementou medidas excepcionais, tais como oferecer a seus principais grupos de interesse o serviço MEDIPHONE – Serviço de Consulta Médica Telefônica, gratuitamente, para fornecer-lhes assistência telefônica com médicos para qualquer consulta referente à COVID-19, 24 horas por dia, todos os dias da semana.

Além disso, junto com o restante do setor de seguros, a MAPFRE México participou

ativamente da implementação da Cobertura Solidária de Apoio ao Setor da Saúde, da Associação Mexicana de Instituições de Seguros, indenizando as famílias de profissionais da saúde do sistema público que infelizmente faleceram como resultado do atendimento a casos de COVID.

Avançamos muito na contenção à pandemia e, enquanto aguardamos uma vacinação real e efetiva em escala global, e a redução dos casos de contágio, continuamos contribuindo para esses avanços que estão ocorrendo no México, apoiando de forma decisiva a sociedade, aumentando essa tendência positiva por meio de boas práticas e iniciativas a favor de seus clientes e colaboradores.

MOBILIZAÇÃO RÁPIDA NOS EUA PARA **ALIVIAR OS ENCARGOS FINANCEIROS**

Nos Estados Unidos, grande parte do país ficou confinado em meados de março de 2020. Um ano depois, as tendências melhoraram consideravelmente graças ao aumento da imunidade, com mais de 100 milhões de doses aplicadas contra a COVID-19 e crescendo a uma taxa próxima dos dois milhões de vacinados por dia.

Nesse país em questão, a MAPFRE se mobilizou rapidamente para garantir a segurança de seus funcionários e, em 17 de março, 98% da força de trabalho já estava teletrabalhando. Durante esse período, a empresa se orgulha de ter prestado aos nossos clientes, agentes, fornecedores e parceiros o mesmo nível de serviço de qualidade de antes, com toda a organização adaptada aos novos desafios num contexto de mudanças constantes.

Lançou várias iniciativas para aliviar os encargos financeiros causados pela pandemia, como opções de pagamento flexíveis para os segurados, conforme o caso. Também ofereceu cobertura ampliada, gratuita, aos clientes que tinham empregos que exigiam o uso de veículo para fazer entregas durante a crise. A seguradora também ampliou o número de dias das coberturas de veículos alugados e entrou em contato com os segurados para oferecer informações sobre as ferramentas de autoatendimento disponíveis em seu site ou por telefone. Por fim, devolveu aos clientes de seguros pessoais 15% do prêmio em determinados meses, por meio do programa *MAPFRE Staying Home Refund* (programa de reembolso por ficar em casa).

A MAPFRE também colocou à disposição dos agentes independentes recursos e melhores práticas para

MAPFRE USA

A seguradora também ampliou o número de dias das coberturas de veículos alugados e entrou em contato com os segurados para oferecer informações sobre as ferramentas de autoatendimento disponíveis em seu site ou por telefone.

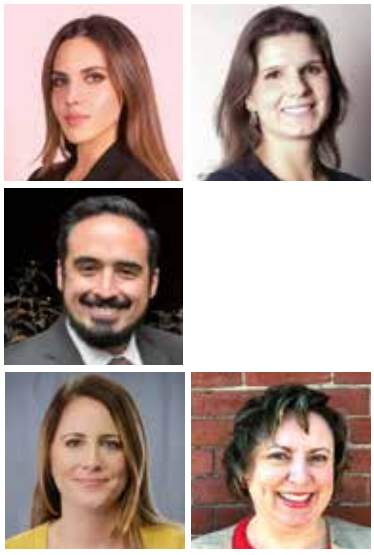
Devolveu aos clientes de seguros pessoais 15% do prêmio em determinados meses, por meio do programa *MAPFRE Staying Home Refund* (programa de reembolso por ficar em casa).

ajudá-los a administrar seus negócios no novo ambiente. Por exemplo, ofereceu dicas para manter contato com os clientes por meio das redes sociais e compartilhar informações sobre as opções de pagamento por autoatendimento e notificações de sinistro.

O MAPFRE Insurance Service Center (ISC) serviu como um recurso para ajudar os agentes participantes a manter o crescimento das vendas e aumentar a retenção. Como as atividades foram interrompidas pelo estado de alarme, muitos clientes potenciais adquiriram novas apólices online. A fim de ajudar os agentes a aproveitarem novas oportunidades de negócios, os orçamentos de marca própria on-line e os esforços de SEO/SEM foram aprimorados para maximizar a captação de clientes potenciais (novos leads). A empresa também lançou páginas aprimoradas de localização de agentes em Massachusetts.

A pandemia não atrasou a transformação digital, que trouxe novas aplicações para agentes e clientes. Para os primeiros, foi integrado um sistema de guia de sinistros, faturamento e emissão de apólices. Para os últimos, foi implementado um novo portal do consumidor em MAPFREInsurance.com. Essas soluções facilitam os negócios ao reduzir os dados necessários e melhorar a experiência do usuário com funções como o processamento em tempo real de suas notificações de sinistro e melhoria das opções de pagamento por autoatendimento.

COLABORARAM NA ESCRITA DESTA REPORTAGEM



(Da esquerda para a direita e de cima para baixo) **Paula Miguel,** Técnica de Comunicação Externa na MAPFRE ESPANHA; **Carolina Circelli,** Técnica de Comunicação Institucional na MAPFRE BRASIL; **Amaury Nieto,** Diretor de Negócios Digitais e Marketing Digital na MAPFRE MÉXICO; **Caitlin Creemer,** Técnica de Comunicação na MAPFRE USA; **Jennifer O'Meara,** Técnica de Comunicação na MAPFRE USA

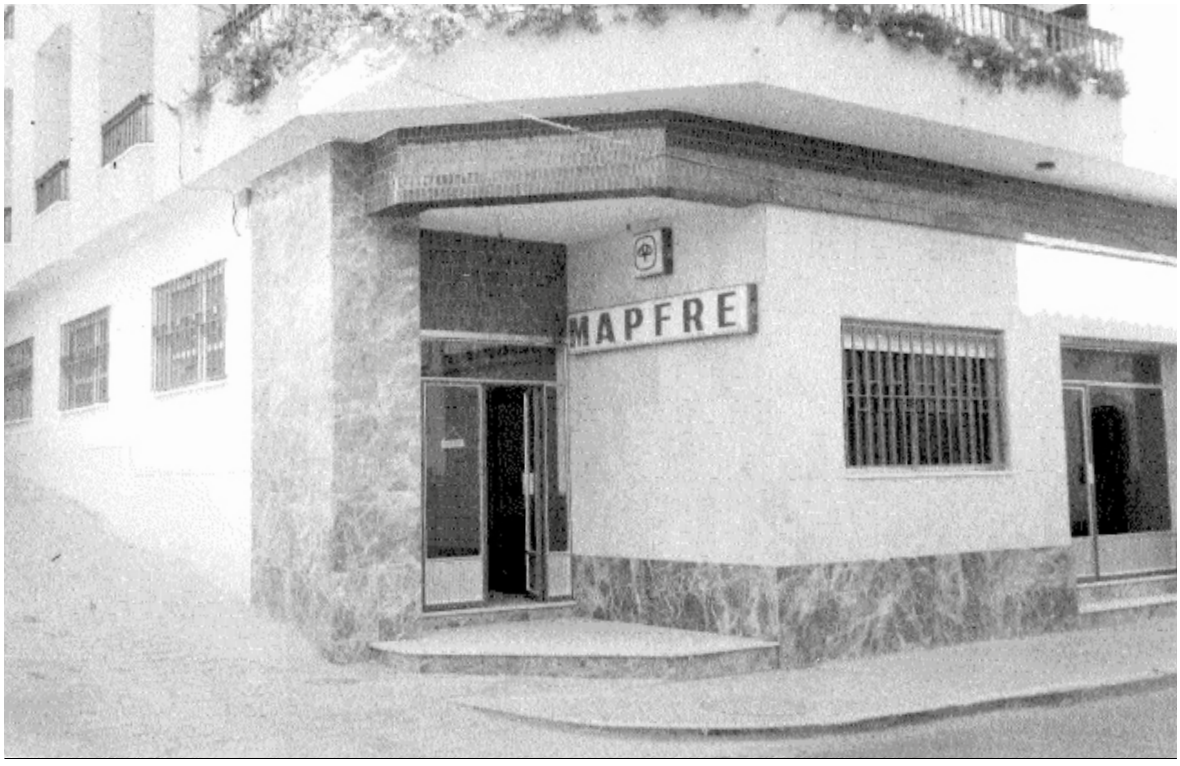
Os funcionários da MAPFRE Insurance continuam apoiando as comunidades locais por meio de diversos programas. Estão especialmente orgulhosos de um programa colaborativo com o banco de alimentos, que arrecadou US$90.000 em doações, e de um jogo que a empresa fez para arrecadar dinheiro para vários bancos de alimentos em todo o país. Além disso, os funcionários participaram de programas de voluntariado virtual, como o pen pal (amigo por correspondência) *eBuddies*; assistência virtual à organização Bottom Line; um programa de preparação para o futuro profissional de jovens (Career Village) e outro para compartilhar experiências universitárias com os membros da One Goal.

A MAPFRE Insurance está igualmente satisfeita com tudo o que conquistou, apesar das circunstâncias, e continua comprometida em fazer com que cada cliente, funcionário, agente e parceiro sinta a proteção e o apreço que a empresa tem hoje e no futuro.

ACESSE MAPFRE.COM PARA SABER MAIS SOBRE **SUSTENTABILIDADE**

75 **ANOS DE HISTÓRIA** DE UM ESCRITÓRIO DA MAPFRE

Muitas mudanças, mas a essência permanece



TEXTO **JOAQUÍN HERNÁNDEZ** | FOTOGRAFIAS **MAPFRE, ISTOCK**

Encontrar a história de uma família que trabalha há 75 anos, estando hoje na terceira geração no ramo de seguros, não é fácil. Mas existe. Em Morón de la Frontera (Sevilha) encontramos a família Albarreal, que leva toda sua vida profissional ligada à MAPFRE.

Antonio Albarreal em seu escritório

Antonio Albarreal López e filhos, membros da delegação

É necessário voltar ao ano de 1946 para conhecer o início da atividade da MAPFRE nesta cidade. Foi no dia 13 de fevereiro daquele ano que Antonio Albarreal iniciou sua carreira profissional como delegado da MAPFRE em Morón de la Frontera. Logicamente, naquela época, os primeiros seguros a serem comercializados eram relacionados ao mundo agrícola: seguros de safra ou seguros de maquinário – os poucos que haviam – para trabalhar no campo. A quota de mercado deste escritório em Morón de la Frontera chegou a ser insuperável (todas as colheitas do município estavam seguradas).

O primeiro escritório foi instalado em sua casa e aí está o germe desta sucursal, que aos poucos foi se abrindo para outros segmentos. Primeiramente eram apenas tratores e, a partir da década de 60, com a aprovação da primeira lei de seguro obrigatório de automóveis, os carros também foram adicionados à carteira. Posteriormente, outros segmentos foram adicionados: casa, comércio e vida já nos anos 70, apenas para citar alguns exemplos. Com efeito, seu próprio slogan de décadas atrás "Peça-nos qualquer tipo de seguro, que seguramente o teremos" poderia continuar válido até hoje neste escritório. No segmento de automóveis, a participação na cidade chegava a 75%. Hoje, logicamente, essa situação mudou devido ao aumento da concorrência, ao surgimento de empresas de telefonia de baixo custo ou à importância do preço acima de qualquer outra consideração para muitos clientes. Mas o que não mudou foi a essência do negócio da família Albarreal: o atendimento ao cliente como premissa fundamental, qualidade e atendimento personalizado.

SEU PRÓPRIO SLOGAN POR DÉCADAS

"NOS PEÇA QUALQUER TIPO DE SEGURO, QUE SEGURAMENTE **O TEREMOS"**

PODE SER VÁLIDO ATÉ OS DIAS DE HOJE NESTE ESCRITÓRIO

O TEMPO PASSOU, O ESCRITÓRIO MUDOU DE LUGAR, ALGUNS NÚMEROS MAIS À FRENTE, MAS NA MESMA RUA, **HOJE É MAIOR, FOI MODERNIZADO, MAS OS RESPONSÁVEIS CONTINUAM SENDO A FAMÍLIA ALBARREAL**

O negócio foi crescendo e foi preciso ampliar as instalações. Primeiro foi alugado um espaço em uma antiga fábrica de farinha local, na rua Utrera, mesma rua onde ainda hoje funciona o escritório.

Cópia do primeiro contrato (1946)

MUTUA DE SEGUROS AGRICOLAS
M. A. P. F. R. E.

La Dirección de esta Mutua se complace en comunicar a usted su nombramiento de Delegado Local de las Secciones [illegible]

para la zona de Morón de la Frontera

dependiendo de Sevilla

de conformidad con las instrucciones al efecto que puedan acompañarse a este nombramiento y a las condiciones generales que figuren al dorso. Este nombramiento anula a los anteriores que pudieran existir.

Madrid, [illegible] de [illegible] de 194[illegible]
Por la Mutua de Seguros Agrícolas.

Sr. D. Antonio Albarreal Lopez

Carta de Ignacio Hernando de Larramendi a Antonio Albarreal após a inauguração do escritório de Morón em 1974

MAPFRE
Grupo Asegurador

Madrid, 7 de Noviembre de 1.974

Sr. D. Antonio Albarreal
MAPFRE Mutualidad de Seguros
Utrera, nº 44
MORON DE LA FRONTERA (Sevilla)

Mi querido amigo:

Ha sido para mi una gran satisfacción haber tenido la oportunidad de visitar de nuevo Morón de la Frontera y ver allí las oficinas de MAPFRE y su magnífica casa.

Ha sido una lástima que haya dispuesto de tan poco tiempo en este viaje y le prometo que antes de un año tendré ocasión de visitar de nuevo Morón con más tranquilidad que ahora.

Recuerdos a su esposa de mi parte y de la mía y reciba un afectuoso saludo,

Ignacio H. de Larramendi
rm.

O tempo passou, o escritório mudou de lugar, alguns números mais à frente, mas na mesma rua, hoje é maior, foi modernizado, mas os responsáveis continuam sendo a família Albarreal. Atualmente, a segunda e terceira geração desta família trabalha no escritório, empregando diretamente 7 pessoas (três filhos do fundador [Antonio, Felipe e Angel], um de seus netos [Isidoro] e outros três funcionários [José Antonio, Noelia e Mª Angeles], aos quais se somam os empregos indiretos gerados na região [oficinas, encanadores, pedreiros, pintores, etc...]).

As mudanças foram muito profundas nestes 75 anos, como recorda Angel, um dos filhos do fundador desta delegação. “Os canais de comunicação na época do meu pai eram uma máquina de escrever e, no máximo, alguns telefonemas. Era necessário ir de porta em porta, no campo, nas tabernas da cidade, nos comércios. Hoje, tudo mudou. É o cliente que nos obriga a adaptar a nossa forma de trabalhar. O atendimento presencial no escritório diminuiu..., mas temos outras formas de relacionamento com os clientes. Whatsapp, por exemplo. Incorporamos novas formas de pagamento: Bizum”.

A inovação também está no centro desta história de décadas. Se a empresa não tivesse se adaptado às novas realidades que o país ia vivenciando, não teria chegado a seu 75º aniversário. Angel se lembra da época em que o primeiro computador e impressora matricial foram instalados no escritório. Até então, a máquina de escrever e os recibos em papel eram o registro de seus clientes, seus pagamentos e seus sinistros. Ali, naquele escritório, as contas eram cobradas em dinheiro e, o que é ainda mais surpreendente, o pagamento de sinistros avaliados

Apólice de seguro de acidentes (1958)

em milhares de pesetas também era feito em dinheiro. Hoje em dia, isto é impensável. Mas foi a realidade durante muitos anos.

Isso é lembrado pelos filhos do fundador, mas também por alguns clientes, hoje com mais de 80 anos, clientes fiéis que têm sido os melhores embaixadores deste escritório e os melhores prescritores para seus filhos e netos, destacando o que sempre caracterizou a MAPFRE: espírito de serviço e apoio ao cliente em todos os momentos. As mudanças nestes 75 anos foram muito importantes: a forma de se relacionar com os clientes ou os produtos comercializados nada tem a ver com os de alguns anos atrás, mas a essência continua a mesma. A MAPFRE não mudou neste sentido: o cliente no centro de todos os processos, por mais manuais que estes fossem.

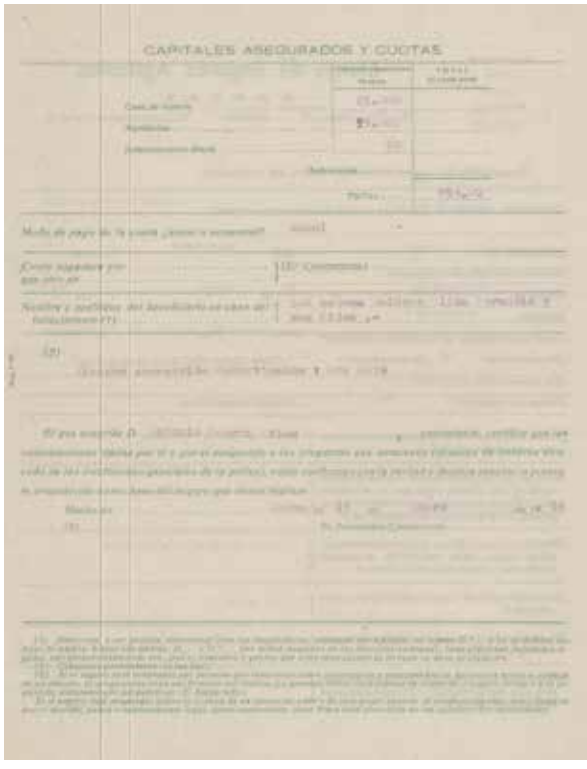
"Fomos adaptando o negócio aos tempos, mas ainda temos um longo caminho a percorrer: a aceleração das mudanças é importante e exige que estejamos preparados para seguir avançando", reconhece Angel, que lembra como o escritório foi crescendo ao mesmo tempo em que a MAPFRE também crescia.

O escritório da família Albarreal continua sendo um ícone em Morón e região, já que o serviço é prestado não somente nesta cidade, mas também em outros municípios próximos. E, embora a quota de mercado não seja a mesma de décadas atrás, ser a seguradora de confiança de mais de 35% da população é motivo de orgulho para os filhos de Antonio Albarreal, que reconhecem que ele foi o "verdadeiro arquiteto da delegação". 75 anos sendo a imagem da MAPFRE é apenas o começo de uma longa história que continuará por muitas décadas, pois a terceira geração já está trabalhando no escritório para continuar perpetuando este legado.

Mutua de Seguros Agrícolas

M. A. P. F. R. E.

Proposición de seguro individual contra los Accidentes


CAPITALES ASEGURADOS Y CUOTAS

ACESSE MAPFRE.COM PARA SABER MAIS SOBRE **INOVAÇÃO**

FEMTECH, VISÃO E SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS PARA O BEM-ESTAR DAS MULHERES

TEXTO **ALBERTO GAYO**
FOTOGRAFIAS **WOOM, ISTOCK**

Tecnologia e inovação a serviço da fertilidade. Risco e paixão para se lançar no mercado femtech e revolucionar a saúde da mulher. Em apenas cinco anos, WOOM, um aplicativo criado por Laurence Fontinoy e Clelia Morales, conta com mais de 1,5 milhão de usuárias registradas em 9 países da Europa e Américas e já ajudou mais de 100.000 mulheres a engravidar. Com o objetivo de melhorar a vida das pessoas, ajudando-as a enfrentar seus desafios, universalizar o acesso a este tipo de serviços e quebrar tabus sobre a saúde e o bem-estar feminino, a MAPFRE se aliou a elas para levar essa tecnologia a cada vez mais mulheres.

Laurence Fortinoy e Clelia Morales, empreendedoras do projeto WOOM

A vida de uma *startup* vista como um parto emocionante. Com suas dificuldades, seu nervosismo e sua emoção. Suas frustrações e sua imensa alegria. Esta é a história de WOOM, o projeto que Laurence Fortinoy e Clelia Morales lançaram em 2016 com o intuito de prestar auxílio sobre fertilidade, graças à inteligência artificial (IA), a todas as mulheres que desejam engravidar. Hoje, depois de cinco anos, ainda ressoa em seu escritório em Madrid a alegria daquela ligação da primeira usuária do aplicativo que anunciou estar grávida. Ela se chama Isabel e vive na península espanhola de Levante. «Foi possível ouvir os gritos em todas as partes. Essa mãe ainda nos envia fotos de sua filha todos os anos», comenta Laurence.

Passaram-se apenas cinco anos e a WOOM é considerada internacionalmente como uma das ferramentas tecnológicas mais confiáveis e bem-sucedidas em saúde reprodutiva. Mais de 1,5 milhão de usuárias registradas em 9 países da Europa, América Latina e América do Norte confirmam seu sucesso. Mais de 100.000 gestações relatadas demonstram seu valor. Em meio a emergência sanitária devido à pandemia de COVID-19, essa *startup* do setor *femtech* conseguiu uma injeção de 2 milhões de euros em uma rodada de arrecadação de fundos. Com uma equipe de 22 pessoas e uma filial de desenvolvimento na Bulgária, seu objetivo era impactar a vida das mulheres por meio da tecnologia. E elas conseguiram. Essa capacidade de transformar e ajudar as pessoas a atingirem seus objetivos é o que faz com que empresas como a MAPFRE, neste caso por meio de seu programa insur_space, colaborem com a WOOM para que suas inovações cheguem a cada vez mais mulheres.

35% DAS USUÁRIAS DO WOOM ESTÃO NA ESPANHA, OUTRAS 30% NO MÉXICO, 20% NO RESTO DA AMÉRICA LATINA E 15% NOS ESTADOS UNIDOS E REINO UNIDO.

CRIAMOS UMA COMUNIDADE GLOBAL COM **MAIS DE 50.000 COMENTÁRIOS MENSAIS (A MAIS ATIVA EM ESPANHOL) SOBRE SAÚDE FEMININA**

Mas o que é WOOM? Estamos falando de uma solução tecnológica baseada em inteligência artificial. Com ajuda profissional – desenvolvedores, engenheiros, especialistas em *data science*, médicos e psicólogos –, permite que as mulheres controlem seu ciclo e calendário menstrual e, assim, maximizem as chances de engravidar. «Além de ajudar a aumentar as chances de sucesso, é um companheiro diário da

mulher na saúde e bem-estar, facilita o relacionamento entre mulheres de diferentes partes do mundo. Na verdade, criamos uma comunidade global com mais de 50.000 comentários mensais (a mais ativa em espanhol) sobre saúde feminina», explica Clelia. O aplicativo auxilia na tomada de decisões por meio do autoconhecimento do corpo e do estilo de vida da usuária, além de diminuir o tempo de concepção.

UM ALGORITMO CADA VEZ MAIS INTELIGENTE

Um algoritmo preditivo treinado e alimentado com dados obtidos de mais de 100 parâmetros da vida de cada mulher ajuda a saber quanto tempo dura seu ciclo menstrual, quando virá sua menstruação, quando começará a TPM e quais podem ser seus dias mais férteis. Também orienta sobre mudanças de hábitos relacionados ao esporte, nutrição ou sexualidade, que podem melhorar a saúde reprodutiva das protagonistas. «O algoritmo que usamos agora foi aperfeiçoado, ele entende quando o ciclo está adiantado ou atrasado. Ele não diz quando vai acontecer, mas leva em conta todo o seu histórico para fazer a previsão mais aproximada. Agora temos tantos dados que pegamos apenas os mais limpos e puros. O algoritmo ficou muito mais inteligente», explica Clelia. Especialistas em IA e *data science* do Vale do Silício (Califórnia, EUA), base de operações das mais importantes *startups* e grandes corporações de tecnologia, colaboraram com essa "inteligência". Como não existem duas mulheres iguais, uma das muitas virtudes do WOOM é que as dezenas de parâmetros utilizados pelo algoritmo permitem o envio de conteúdos altamente personalizados, não só sobre fertilidade, mas também sobre esporte, nutrição, saúde mental e sexual.

+800.000

CASAIS TÊM DIFICULDADE EM ENGRAVIDAR. É NESTA REALIDADE, EM QUE MILHARES DE MULHERES DESEJAM TER UM FILHO E ENCONTRAM ALGUMAS DIFICULDADES, **QUE EMPRESAS COMO A WOOM ENCONTRARAM UM NICHO.**

METADE DAS NOSSAS USUÁRIAS TEM UM PROBLEMA DE FERTILIDADE,

O QUE NÃO SIGNIFICA QUE ESTEJAM SE SUBMETENDO A UM TRATAMENTO DE FERTILIDADE, **APENAS QUE ESTÃO DEMORANDO MAIS DO QUE O NORMAL PARA ENGRAVIDAR**

«EXISTEM MULHERES DE TODOS OS PERFIS SOCIOECONÔMICOS PORQUE A WOOM É UMA FERRAMENTA ENORME QUE ATENDE **QUALQUER MULHER QUE TENHA UM SMARTPHONE»**

De acordo com os últimos relatórios da Sociedade Espanhola de Fertilidade, cerca de 800.000 casais têm dificuldade em engravidar. É nesta realidade, em que milhares de mulheres desejam ter um filho e encontram algumas dificuldades, que empresas como a WOOM encontraram um nicho. A importância dos dados coletados por Laurence e Clelia está possibilitando o descobrimento de fatores que influenciam na menstruação: «Estamos começando a saber, por exemplo, que o estresse, a menos que seja crônico, não afeta muito. Uma das principais conclusões dos nossos estudos é que a maioria das mulheres não tem períodos de 28 dias. Normalmente, o ciclo menstrual é de 17 a 35 dias, e apenas 17% das mulheres têm períodos de 28 dias. Esta informação normaliza as preocupações de muitas mulheres. O outro grande marco do nosso estudo é que as

descobertas feitas através dos nossos dados estão alinhadas com as pesquisas científicas.»

DE GRANDES CORPORAÇÕES AO INÍCIO DE UMA STARTUP

Em 2006, Laurence e Clelia trabalharam juntas no eBay Espanha, uma das plataformas pioneiras de e-commerce em todo o mundo. A primeira como diretora de *marketing* e a segunda como diretora de comunicação. «Percebemos que trabalhamos muito bem juntas», ambas admitem. Laurence, nascida na Bélgica e intimamente ligada à Espanha desde pequena, deixou o eBay para começar a trabalhar no Google. Em 2015, sua trajetória profissional se cruzou novamente com a de Clelia, natural de Honduras. «Novamente foi um match, nós duas trabalhamos para grandes empresas por mais de 15 anos e ambas queríamos fazer algo novo. A Clelia queria desenvolver um projeto relacionado com o bem-estar e eu, por experiência própria, procurei conectar o meu futuro ao da fertilidade», comenta Fortinoy. «Sair da comunidade de uma grande empresa que te trata muito bem não é fácil, mas tivemos que seguir em frente e não me arrependo nem um dia da decisão que tomei», acrescenta Morales. Clelia continua reconhecendo a perseverança de sua parceira e Laurence a intuição de sua sócia.

WOOM E MAPFRE

«A rentabilidade e o crescimento são essenciais para qualquer startup. É o que diferencia as empresas tecnológicas emergentes e é por isso que você deve procurar os melhores parceiros». Neste sentido, WOOM e MAPFRE firmaram uma aliança estratégica para oferecer um maior compromisso com as clientes da seguradora e um serviço mais personalizado. «Estamos no auge da inovação no âmbito da saúde feminina. O mais interessante é que chegará um ponto em que a WOOM poderá desafogar consultas médicas e hospitais com o seu serviço. O impacto não será apenas positivo e pessoal para as mulheres, mas também para o sistema de saúde por meio da inovação.

Há cinco anos não achávamos que tudo ia se acelerar tanto», conclui Laurence.

Em uma primeira etapa, o app Woom estará à disposição das clientes da MAPFRE no México e na República Dominicana XXXXXXX. Muitos leitores se perguntarão de onde vem o nome da startup: WOOM. As duas primeiras letras pertencem à woman (mulher, em inglês) e, as duas últimas, lidas de trás para a frente, são as duas primeiras letras de mother (mãe). Se acrescentarmos a essa fusão que útero se diz womb, já teríamos o nome perfeito.

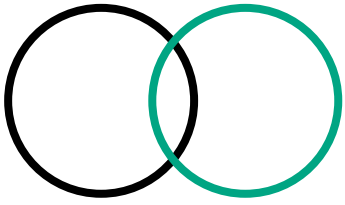
As duas deixaram seus bons empregos e então chegou a hora de empreender. Conforme consta no último relatório *Global Entrepreneurship Monitor*, um projeto de pesquisa que avalia a atividade empresarial em cada país, na Espanha, para cada 10 homens empreendedores, 9 mulheres iniciam negócios. Em 60% dos casos, a falta de apoio no ambiente social e familiar, a baixa visibilidade, a conciliação entre a vida pessoal e profissional e os obstáculos para encontrar investimentos provocam um abandono precipitado do processo de empreendedorismo. «Qualquer empreendedor parte de um problema que identificou ou para o qual acredita ter uma solução potencial. Como empreendedoras, na WOOM, a empatia tem sido fundamental, pois 99,9% das nossas usuárias são mulheres. Nós claramente entendemos muito bem o que acontece com elas e começamos a trabalhar com a fertilidade porque nós mesmas estávamos passando por isso naquele momento. Agora vamos trabalhar também com a menopausa porque ainda falta muita informação sobre o tema, e queremos ajudar as mulheres a passarem por essa fase de forma positiva, a vivê-la com naturalidade e sem tabus», diz Laurence.

EMPATIA TEM SIDO FUNDAMENTAL PORQUE

99,9% DAS NOSSAS USUÁRIAS SÃO MULHERES.

NÓS CLARAMENTE ENTENDEMOS MUITO BEM O QUE ACONTECE COM ELAS E COMEÇAMOS A TRABALHAR COM A FERTILIDADE PORQUE NÓS MESMAS ESTÁVAMOS PASSANDO POR ISSO NAQUELE MOMENTO. **AGORA VAMOS TRABALHAR TAMBÉM COM A MENOPAUSA** PORQUE AINDA FALTA MUITA INFORMAÇÃO SOBRE ISSO

ESSA EMPATIA É SEM DÚVIDA UMA DAS COMPETÊNCIAS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO, QUE NO CASO DA WOOM **AGREGA PAIXÃO, CRIATIVIDADE, ORGANIZAÇÃO E TENACIDADE**



35% das usuárias do WOOM estão na Espanha, outras 30% no México, 20% no resto da América Latina e 15% nos Estados Unidos e Reino Unido. «Existem mulheres de todos os perfis socioeconômicos», explica Clelia Morales, «porque o WOOM é uma ferramenta enorme que atende qualquer mulher que tenha um *smartphone*. Metade das nossas usuárias tem um problema de fertilidade, o que não significa que estejam se submetendo a um tratamento de fertilidade, apenas que estão demorando mais do que o normal para engravidar.»

«QUANDO COMEÇAMOS NÃO TÍNHAMOS NEM UM POWERPOINT»

A realização do WOOM contou com o apoio e mentoria da SeedRocket, a aceleradora Google Residency e The Venture City, investidores operativos em *software*. «Quando começamos, não tínhamos nem um PowerPoint. Nós nos apresentamos ao SeedRocket e agora somos até mentoras. Ganhamos o campus de empreendedorismo entre mais de 200 *startups*. Foi como um parto, em nove meses tínhamos lançado o produto», diz Laurence. A SeedRocket foi muito importante para o lançamento do *app*, «foi aí que fizemos nossa primeira rodada de investimentos, muitos empreendedores vieram e nos ajudaram a criar o produto».

Clelia Morales lembra que aperfeiçoaram o aplicativo com o Google Residency e profissionalizaram ainda mais o crescimento do WOOM com The Venture City.

A primeira gravidez relatada por uma usuária do aplicativo digital também foi o primeiro marco emocionante. Quando descobriram que tinham mais de 20.000 mulheres registradas e 500 relataram sua gravidez, as fundadoras se deram conta do real alcance de seu projeto. «Outro parto foi ter o primeiro algoritmo pronto com o nosso primeiro engenheiro e o médico Isidoro Bruna, diretor médico dos centros de fertilidade do grupo Hospital de Madrid, membro do Conselho de Administração da Sociedade Espanhola de Fertilidade, e ainda hoje médico chefe oficial da WOOM», lembra Clelia Morales.

«A principal dificuldade que uma mulher encontra na hora de empreender é o investimento, encontrar capital. Nosso produto é voltado para as mulheres, que também tem a ver com o ciclo e seus sintomas, e o mundo do *venture capital* é 97% masculino, o que às vezes faz com que não entendam o que você está fazendo e a importância disso no mercado. Nossa missão é fazer com que os homens entendam o quão importante é este projeto e, até por isso, fizemos uma boa segmentação de quem íamos sentar e conversar. Decidimos buscar investimentos com *business angels* mulheres e fundos focados em *healthtechs* e *femtechs*», indica Laurence. Essa empatia é sem dúvida uma das competências do empreendedorismo feminino, que no caso da WOOM agrega paixão, criatividade, organização e tenacidade. “Em algum momento você tem que arriscar e pisar no acelerador. Ao avançar, você vai perdendo o medo”, afirmam.

O MUNDO DO VENTURE CAPITAL É 97% MASCULINO, O QUE ÀS VEZES FAZ COM QUE NÃO ENTENDAM O QUE VOCÊ ESTÁ FAZENDO E A IMPORTÂNCIA DISSO NO MERCADO

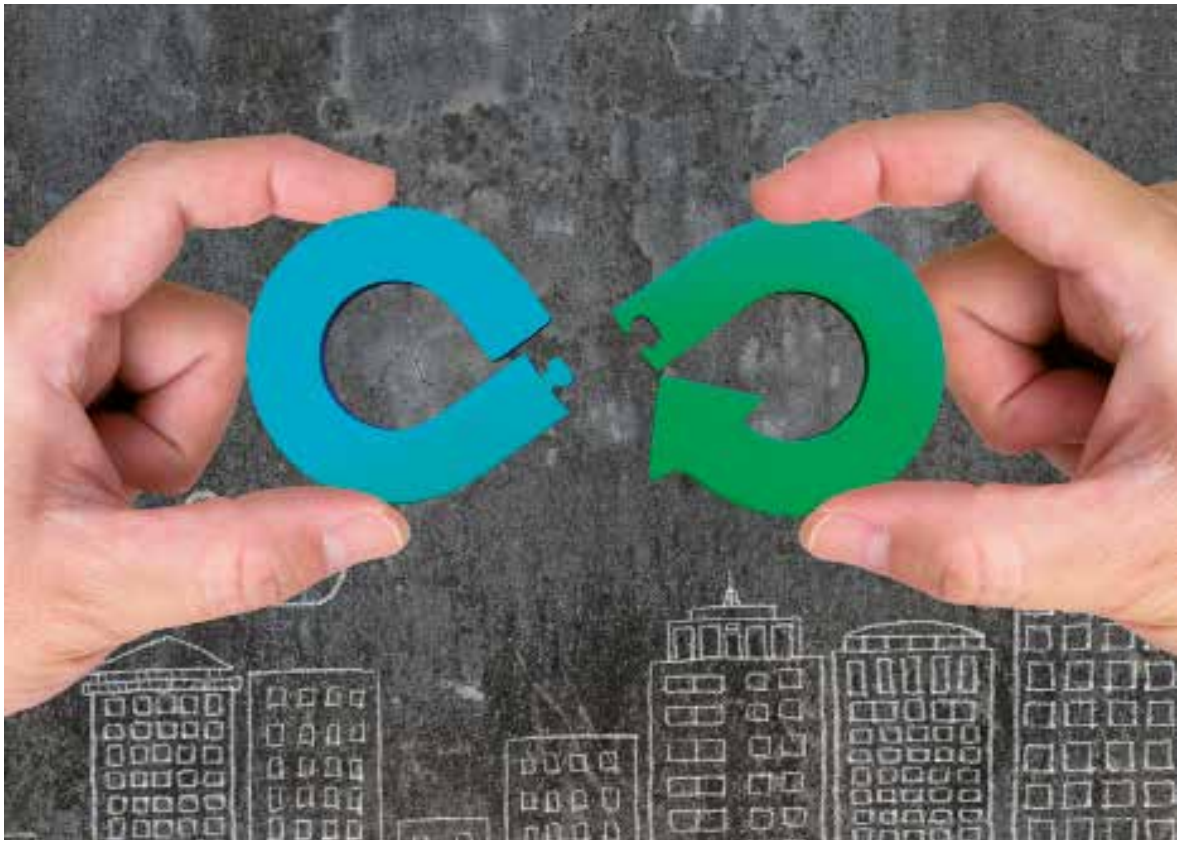
DECIDIMOS BUSCAR INVESTIMENTOS COM **BUSINESS ANGELS MULHERES E FUNDOS FOCADOS EM HEALTECHS E FEMTECHS**

#AParteQueNosToca

A **ECONOMIA CIRCULAR,** UM DESAFIO PARA AS PMES

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

Falamos sobre um sistema de produção e consumo que promove a reutilização, o reparo e a reciclagem, que se traduz em economia de energia, aproveitamento dos recursos naturais e diminuição do desmatamento. A MAPFRE e a Câmara de Comércio da Espanha analisaram recentemente o desempenho de pequenas e médias empresas de todos os setores, a fim de melhorar sua competitividade e aumentar seu compromisso com a sustentabilidade.



ACESSE MAPFRE.COM PARA SABER MAIS SOBRE **SUSTENTABILIDADE**

Os resíduos são, sem dúvida, uma ameaça. Eles contaminam os solos e a água, produzem incêndios e geram gases de efeito estufa, como o CO_2 e o gás metano, causando alterações climáticas. Espera-se que, até 2030, um total de 2,59 trilhões de toneladas de resíduos anuais serão gerados no mundo, um número alarmante, que destaca a importância de administrar bem os resíduos orgânicos, mas também outros como papel, plástico, vidro e óleo, por exemplo.

A economia circular é um sistema de produção e consumo que, ao contrário do modelo linear, baseado no uso e descarte, promove a reutilização, o reparo e a reciclagem, que se traduz em uma economia de energia considerável frente a indústria extrativa (evitamos produzir novos materiais), um aproveitamento máximo dos recursos naturais escassos disponíveis e a diminuição do desmatamento.

Assim acredita **Sara Fernández,** Especialista em Meio Ambiente da MAPFRE, que considera que as ameaças da mudança climática nos mostram que agora, mais do que nunca, precisamos avançar firmemente em direção a este modelo verde e sustentável, "com o qual as empresas não apenas melhoram seus resultados, diminuem custos e reduzem o impacto ambiental, mas também com o qual é possível gerar até 160.000 empregos na Espanha antes de 2030". Essa indicação é feita com base no relatório *Economia Circular em PMEs na Espanha*, apresentado recentemente pela Câmara de Comércio da Espanha e pela MAPFRE, que analisa a situação da Espanha em 2019 e no âmbito da União

ESPERA-SE
2.59 TRILHÕES
DE TONELADAS DE RESÍDUOS ATÉ 2030

CALCULAR SUA **PEGADA DE CARBONO**

Graças à colaboração da Câmara de Comércio da Espanha e da MAPFRE, as PMEs poderão receber assessoramento, treinamento, apoio tecnológico e informações com o objetivo de melhorar sua competitividade e aumentar sua contribuição para o desenvolvimento sustentável. Também poderão calcular sua pegada de carbono através de uma ferramenta específica que lhes permitirá avaliar sua eficiência energética e grau de implementação da economia circular em sua organização.

Cámara de Comercio de España

Europeia, e que explica o desempenho das PMEs através de uma pesquisa a 400 entidades de todos os setores.

O estudo, o primeiro realizado sobre este assunto, aponta que a Espanha reprova em termos de gestão de resíduos, ou seja, em recuperação e reciclagem de resíduos, o que a leva a ocupar as últimas posições na União Europeia. Apesar disso, o estudo mostra que as pequenas e médias empresas estão avançando progressivamente na promoção deste modelo e que é cada vez maior o número de empresas que adotam medidas para reduzir a geração de resíduos (94,4%), vender ou ceder seus resíduos para que outras empresas os aproveitem (56%), além de separar uma parte ou todos os resíduos que geram, especialmente papel e plásticos, e até recorrer a gestores privados para se desfazer de resíduos mais contaminantes, como sucata e óleo.

As PMEs também são caracterizadas, cada vez mais, por usar matérias-primas secundárias ou recicladas em seus processos produtivos (60%), principalmente papel e papelão (71,3%); e se comprometem mais a reduzir o consumo de recursos (80%), especialmente eletricidade e com o objetivo principal de economizar. Entre as áreas de melhoria, o estudo destaca o fato de que as empresas deste tamanho permanecem sem adotar projetos ecológicos em seus produtos (21,1%), um ponto essencial para aumentar a taxa de reciclagem; não eliminam a utilização de plásticos de um só uso (16.2%) como seria desejável; e não acreditam que devem tomar medidas para recuperar e reutilizar a água (88%), exceto as do setor industrial.

COM A ECONOMIA CIRCULAR É POSSÍVEL **ECONOMIZAR ENERGIA, APROVEITAR OS RECURSOS NATURAIS DISPONÍVEIS E DIMINUIR O DESMATAMENTO**

AS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS ESTÃO AVANÇANDO PROGRESSIVAMENTE NA PROMOÇÃO DESTE MODELO, COM O QUAL **PODEM SER GERADOS ATÉ**

160.000

POSTOS DE TRABALHO ANTES DE 2030

"**É IMPORTANTE CONSUMIR DE FORMA RESPONSÁVEL**, ADQUIRIR PRODUTOS DE MAIOR QUALIDADE, OPTAR POR PRODUTOS DE SEGUNDA MÃO E CONSERTAR MAIS".

EVITAR QUE CHEGUEM AO ATERRO

Com a economia circular, quase tudo é aproveitado, mas para isso ocorrer, é preciso passar por uma mudança cultural, algo que ainda não ocorreu. Sara Fernández acredita que "os cidadãos devem estar mais conscientes do impacto que significa não reduzir e reciclar, e para isso é importante que eles aprendam a selecionar bem os resíduos e aproveitá-los ao máximo para dar-lhes uma segunda ou terceira vida e evitar que acabem em um aterro. Essa é uma das maneiras de contribuir para a sobrevivência do planeta", afirma.

Para serem cidadãos mais circulares, a especialista em meio ambiente também confia na importância do consumo responsável, "algo que, sem dúvida, a pandemia favoreceu de alguma forma, nos tornando mais conscientes de que realmente não precisamos de metade das coisas que compramos. Eu também acredito que devemos adquirir produtos de maior qualidade, que geralmente duram mais tempo, optar pelo mercado de segunda mão, algo que os mais jovens já internalizaram completamente. Além disso, é importante consertar mais, separar bem os resíduos, usar pontos mais limpos, medir o consumo de energia e água em casa, evitar a contaminação da água e do ar, e até mesmo a acústica, e, é claro, optar por fontes de energia renovável".

MAPFRE, RESÍDUO ZERO EM 2021

A MAPFRE visa ser uma empresa referência em Economia Circular, um compromisso incluído em sua estratégia de sustentabilidade. Para isso, aderiu recentemente ao Pacto por uma Economia Circular, uma iniciativa que estabelece nove desafios para promover a economia de energia e reduzir o impacto ambiental da empresa. Também se comprometeu em minimizar a geração de resíduos (papel, plástico, papelão e equipamentos eletrônicos, entre outros) em todo o grupo e obter em 2021 a certificação Resíduo Zero no complexo de Majadahonda (Madrid). Nesta linha, destaca o projeto **MAPFRE Sem Plásticos, do qual participaram 80% dos funcionários da Espanha e de Portugal em 2019, e que conseguiu evitar o consumo de um milhão e meio de garrafas de plástico e dois milhões de copos descartáveis.**

A MAPFRE SE PROPÔS A MINIMIZAR A GERAÇÃO DE RESÍDUOS EM TODO O GRUPO E **CONSEGUIR A CERTIFICAÇÃO RESÍDUO ZERO EM SUA SEDE, EM MADRID.** A MULTINACIONAL QUER SER UMA REFERÊNCIA EM ECONOMIA CIRCULAR.

HOTELARIA, OS MAIS COMPROMETIDOS

A hotelaria é claramente o setor em que as empresas tomam mais iniciativas para evitar a produção de resíduos e promover a reciclagem, bem como a mais ativa na hora de capacitar e envolver seus funcionários, além de exigir a seus fornecedores certificados ambientais. Quase metade das empresas deste setor realizam ações específicas para separar o lixo orgânico dos demais, uma ação que evita que se decomponham no meio ambiente e contaminem. **Bares e restaurantes também demonstram maior compromisso quando se trata de eliminar os plásticos de uso único (33%), os que mais apostam em utilizar sistemas de devolução e retorno (20%), e aqueles que mais tomaram iniciativas para promover a eficiência energética.**

CONSELHOS SOBRE SAÚDE NA SEÇÃO 'PESSOAS' DA INTRANET

ESTEJA VOCÊ TRABALHANDO EM CASA OU NO ESCRITÓRIO, CUIDE DA SUA ERGONOMIA!

TEXTO **SERVIÇO DE PREVENÇÃO MANCOMUNADO**
FOTOS **MAPFRE, ISTOCK**

OLHOS
Na borda superior
do monitor ou ligeiramente inferior

CABEÇA E PESCOÇO
Na posição reta, mantendo
os ombros relaxados e alinhados

COSTAS
Reta e apoiada no encosto
da cadeira

MOUSE E TECLADO
Na mesma altura dos cotovelos
e próximos um do outro

COTOVELOS
Colado ao corpo e em ângulo reto.
Antebraços e pulsos alinhados
e apoiados na borda da mesa

JOELHOS
Alinhado com os quadris
e com folga até a borda do assento

COXAS E COSTAS
A 90º ou um pouco mais

PÉS
Apoiados no chão
ou em um apoio para os pés

*

A ergonomia é uma ciência aplicada de caráter multidisciplinar que tem por objetivo projetar e adaptar o local e as condições de trabalho às capacidades, limitações e possibilidades do trabalhador, a fim de evitar riscos ocupacionais e problemas de saúde, e aumentar a eficiência.

CERTAMENTE NO SEU DIA A DIA
VOCÊ JÁ OUVIU FALAR SOBRE **ERGONOMIA,**
MAS VOCÊ SABE
O QUE REALMENTE É ISSO?

A APLICAÇÃO DA ERGONOMIA
NOS LOCAIS DE TRABALHO
(SEJA NO ESCRITÓRIO OU EM CASA)
PROPICIA CONDIÇÕES DE TRABALHO MAIS SAUDÁVEIS E SEGURAS,
DAÍ A SUA IMPORTÂNCIA

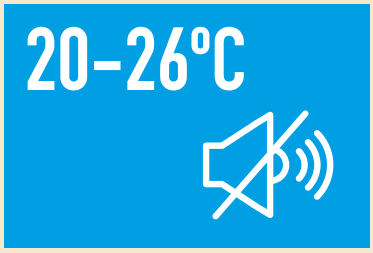
Com o início da pandemia veio o confinamento, o que fez com que grande parte dos trabalhadores tivessem que ficar em casa e trabalhar remotamente. Tanto as organizações que já estavam familiarizadas com o teletrabalho quanto as que nunca tinham adotado esse sistema, tiveram que enviar seus funcionários para suas casas e criaram as condições para a "mais ampla experiência de teletrabalho em massa da história" (OIT, 2020).

Em condições normais, um processo de mudança de tal magnitude requer um período de adaptação progressiva que a crise da COVID-19 não permitiu, forçando uma transição em um período de tempo extremamente curto e sem dispor, em muitos casos, dos meios necessários.

Para garantir a segurança e a saúde das pessoas, a continuidade das atividades e seguir as medidas de contenção estabelecidas, a MAPFRE teve que se reinventar e buscar alternativas à sua forma habitual de trabalhar, estabelecendo, nos casos em que o tipo de atividade o permite, um sistema em que o trabalho tradicional no escritório é combinado com o 'home office' ou com o teletrabalho.

Apesar dos múltiplos benefícios que o teletrabalho pode oferecer (continuidade operacional, melhor equilíbrio entre trabalho e vida pessoal, maior flexibilidade, etc.), mudar o trabalho presencial no escritório para o sistema de trabalho remoto requer uma série de adaptações, não apenas na forma de nos relacionarmos com nossos colegas (contato exclusivamente online ou por telefone), mas também no espaço da nossa casa que destinamos para o seu desenvolvimento.

Cientes dos desafios e dificuldades que este novo ambiente de trabalho tem representado para todos, hoje queremos dar-lhe algumas dicas relacionadas com a ergonomia para que você trabalhe da forma mais saudável possível.

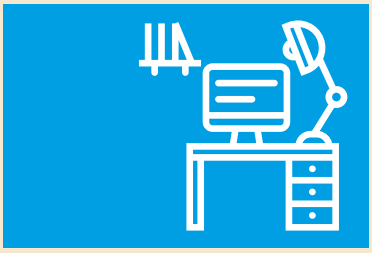


AMBIENTE DE TRABALHO

É fundamental ter um ambiente agradável, em que o espaço e as condições te permitam trabalhar com conforto. A MAPFRE, garantindo sempre o bem-estar dos seus funcionários, garante espaços de trabalho seguros e que cumprem com as normas aplicáveis no que diz respeito a fatores como iluminação, temperatura e umidade.

Se possível, estabeleça um local fixo, longe das áreas mais barulhentas (televisão, sala de jogos, etc.) e com uma iluminação adequada, de preferência natural. É importante controlar também aspectos como a temperatura e a umidade. Abra as janelas e ventile o ambiente por pelo menos cinco minutos por dia. Procure manter uma temperatura agradável, entre 20°C-26°C, e busque deixar o ambiente mais úmido.

A estação de trabalho é constituída, entre outros elementos, por um computador com mesa, cadeira, tela, teclado, mouse e telefone. Os equipamentos e móveis que a MAPFRE coloca à sua disposição em seus centros são projetados para evitar danos à saúde. No entanto, sua eficácia não será ideal se não forem usados adequadamente e os maus hábitos posturais não forem eliminados.



MESA DE TRABALHO

As dimensões devem ser suficientes para acomodar confortavelmente o equipamento de informática e seus periféricos (teclado, mouse, etc.), bem como a documentação de suporte necessária. Mantenha-a organizada e livre de objetos que você não vai usar. Evite colocar sob a mesa itens que causem desconforto ou limitem o movimento das pernas.

Tente escolher uma mesa que lhe permita adotar uma postura o mais aceitável possível. Se sua superfície for brilhosa, cubra-a com uma toalha de mesa ou papel, para evitar reflexos e brilho intenso. Evite trabalhar no sofá ou na cama, pois isso cria posturas inadequadas que podem levar a distúrbios musculoesqueléticos.

CADEIRA DE TRABALHO

É importante manter uma postura corporal correta ao sentar, formando um ângulo reto entre a parte superior do corpo e a parte inferior, com as costas corretamente apoiadas no encosto da cadeira e com os pés apoiados no chão.

Para atingir esta posição, comece ajustando a altura do assento. Como? Verifique se, ao usar o teclado, o braço e o antebraço formam um ângulo de 90º. Se seus pés não tocam o chão nesta posição, use um apoio para os pés. Certifique-se de que suas pernas também formem um ângulo reto.

Apoie as costas adequadamente no encosto, certificando-se de que a proeminência lombar da cadeira fica bem posicionada nessa área das costas. Com isso, você garantirá que o peso da parte superior do corpo seja suportado pelo encosto da cadeira e não pelos músculos das costas (especialmente pela lombar). Se utilizar apoios de braço, ajuste-os de forma que os antebraços fiquem paralelos ao solo sem sobrecarregar os ombros, ou seja, sem ficar levantado nem caído (devem ficar relaxados).

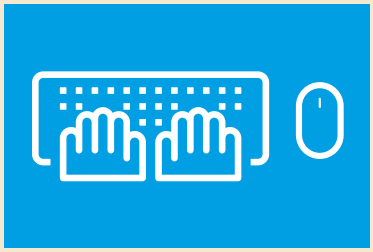
Para facilitar a adoção de uma postura correta na estação de trabalho, as cadeiras que a MAPFRE coloca à disposição de seus funcionários contam com todos os mecanismos de regulação necessários.

Evite ao máximo os maus hábitos posturais, como cruzar as pernas, sentar-se sobre elas, inclinar-se para a frente, sentar-se na beirada do assento, etc.

Se em sua casa você não tiver uma cadeira ajustável, escolha a que atenda a maior quantidade dos pontos abordados e que seja cômoda e confortável para você. Você pode usar elementos domésticos para adotar, na medida do possível, a postura mais correta.

Se a cadeira não for alta o suficiente, use uma almofada ou algo semelhante. Se a cadeira for muito alta, você pode adaptar a altura da mesa colocando algo em sua base, sempre garantindo sua estabilidade. Se precisar, use uma caixa ou qualquer outro elemento para apoiar os pés.

Se a região lombar não ficar adequadamente apoiada pelo encosto da cadeira, coloque um cobertor, toalha ou almofada nessa área. Caso os apoios de braço colidam com a mesa e impeçam a cadeira de se aproximar dela, causando a adoção de posturas forçadas, é recomendável retirá-los.



TELA

Sempre que possível, posicione a tela perpendicularmente à janela ou outras fontes de luz, evitando reflexos ou ofuscamento.

A fadiga física e a fadiga ocular, principais riscos ergonômicos derivados do trabalho com telas, podem ser agravados por essa situação.

Você deve colocar a tela a uma distância entre 40-60 cm da vista, alinhando a parte superior da tela com a altura dos olhos. Posicione-a da maneira mais centralizada possível, de forma que favoreça o alinhamento tela-teclado-cadeira, evitando assim a rotação do tronco e/ou pescoço.

Se em casa você só puder usar a tela de um laptop, coloque algum item sob ele (pacotes de papel, livros, caixas, etc.) que permita aumentar sua altura. Neste caso, use um teclado e mouse separados.

TECLADO E MOUSE

Uma distância mínima de 10 cm entre o teclado e a borda da mesa permitirá que você apoie confortavelmente os antebraços e digite sem flexionar os pulsos. Posicione o mouse próximo ao teclado, evitando que seu uso envolva uma extensão excessiva do cotovelo.

Recomenda-se que o teclado e o mouse sejam independentes da tela, para que você possa regular de forma autônoma todos os elementos, adaptando-os às suas necessidades e às possíveis mudanças de tarefas. Muitas vezes, o posicionamento desses elementos de informática é limitado devido ao comprimento dos cabos. Se necessário, use uma extensão ou aproxime sua estação de trabalho da área de conexão.

TELEFONE

Se precisar usá-lo enquanto trabalha no computador, evite segurá-lo entre o rosto e o ombro. Use o microfone ou fone de ouvido auxiliar sempre que possível. Lembre-se de manter as costas apoiadas no encosto da cadeira durante o uso e evite girar e torcer o tronco e/ou pescoço.

Ao manter hábitos saudáveis, você evita lesões devido à má postura.

É fundamental para o seu bem-estar a prática regular de atividade física, tanto durante a jornada de trabalho como nas horas vagas. Do ponto de vista musculoesquelético, os benefícios são: aumenta a elasticidade muscular, a flexibilidade articular e a potência muscular – o que reduz a tensão e aumenta o relaxamento –, aumenta a coordenação dos movimentos e, com tudo isso, evita lesões e contraturas.

Em nosso trabalho, passamos muitas horas sentados na mesma posição. Portanto, é importante que você alterne as tarefas, tentando se levantar da cadeira de vez em quando.

Faça alguns intervalos (5 a 10 minutos) ao longo do dia para evitar fadiga muscular e/ou ocular. Essas micro pausas devem ser ativas, aproveite para realizar exercícios de alongamento de pescoço, costas, ombros e braços, além de exercícios para evitar o cansaço dos olhos, como os exercícios a seguir:

EXERCÍCIOS DE ALONGAMENTO MUSCULAR: CADA GRUPO MUSCULAR DEVE SER ALONGADO SUAVEMENTE SEM CHEGAR A SENTIR DOR, POR CERCA DE 15 SEGUNDOS, FAZENDO VÁRIAS REPETIÇÕES DE CADA LADO

OMBROS E BRAÇOS

Levante um braço até a altura do ombro, flexione o antebraço (também pode ser feito com o braço estendido) e leve a mão em direção ao ombro oposto. Segure o cotovelo do braço flexionado com a outra mão.

Cruze um pulso sobre o outro, entrelaçando as mãos e estenda os braços até que estejam acima da cabeça e ligeiramente para trás, como se você quisesse tocar o teto.

Flexione um braço para trás pela lateral da cabeça até tocar a escápula (omoplata) oposta com a mão.

Segure o cotovelo flexionado com a outra mão e expire enquanto lentamente o empurra para baixo.

Repita o exercício com o outro braço.

TRONCO

Fique de pé ou sentado: dobre o ombro esquerdo e coloque o braço atrás da cabeça, com o outro braço segure o cotovelo e incline-se para a direita até sentir uma leve tensão. Faça o mesmo alongamento do outro lado.

PESCOÇO

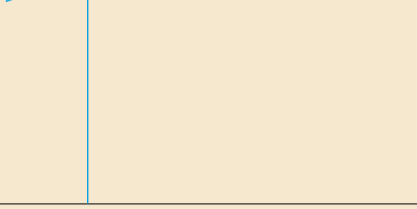
Na posição sentada, segure a borda da cadeira com uma das mãos para bloquear o ombro desse mesmo lado. Com a outra mão segure sua cabeça, passando a mão sobre ela.

Expire lentamente e puxe a cabeça em direção ao ombro. Repita o exercício do outro lado.

Com as mãos entrelaçadas atrás da cabeça, acima da nuca, mantenha os ombros o mais baixo possível, expire lentamente enquanto empurra a cabeça, levando o queixo em direção ao esterno.

Em pé, coloque os braços atrás das costas, de forma que um deles fique flexionado com as costas da mão em direção ao tronco e a outra mão segure o cotovelo. Puxe suavemente o cotovelo para tentar trazê-lo para o meio das costas.

Expire lentamente e incline a cabeça para o lado contrário do ombro bloqueado.



MÃOS E PULSOS

Coloque as palmas das mãos em uma mesa com os pulsos girados de forma que os dedos apontem para os joelhos. Expire o ar lentamente enquanto, sem separar as mãos da mesa, leva o corpo para trás até sentir tensão na parte frontal dos braços.

Repita o exercício apoiando o dorso das mãos.

Coloque as palmas das mãos em uma mesa com os pulsos girados de forma que os dedos apontem para os joelhos. Expire o ar lentamente enquanto, sem separar as mãos da mesa, leva o corpo para trás até sentir tensão na parte frontal dos braços.

Repita o exercício apoiando o dorso das mãos.

EXERCÍCIOS DE RELAXAMENTO VISUAL

Olhe para o infinito durante alguns segundos.

Alterne a vista entre um objeto próximo e um objeto distante.

Desenhe o símbolo do infinito com os olhos nas duas direções. Ou desenhe diagonais, da direita para a esquerda e vice-versa várias vezes.

MAIS INFOMAÇÕES EM
WWW.FUNDACIONMAPFRE.ORG

OS DESAFIOS DA AMÉRICA LATINA DIANTE DA "OUTRA" PANDEMIA

A Fundación MAPFRE mobilizou uma quantia extraordinária de 10 milhões de euros destinados ao combate à pobreza, à desigualdade e à exclusão social nos países da América Latina. Os efeitos da Covid-19 estão sendo devastadores em todo o mundo, e não apenas no que diz respeito à saúde. A América Latina não está alheia a esta "outra" pandemia, levando em conta que, além disso, chove no molhado nesta região do planeta, que já passava por um momento muito delicado antes mesmo da chegada da pandemia. Uma situação que a emergência sanitária apenas agravou.

TEXTO **RAMÓN OLIVER** | FOTOGRAFIAS **MAPFRE**

A outra pandemia da pandemia

Para aliviar as consequências desta crise, Tu Fundación aumentou em 10 milhões de euros sua ajuda à América Latina para realizar 62 projetos em 17 países que ajudam a lutar contra os efeitos econômicos da covid-19. Esse valor chega para completar uma linha de ajudas extraordinárias covid-19 que investiu um total de 45 milhões de euros desde março do ano passado para proteger as pessoas mais vulneráveis em 27 países ao redor do mundo.

"NENHUMA PANDEMIA NOS FARÁ RENUNCIAR AO NOSSO COMPROMISSO COM O PROGRESSO SOCIAL. QUEREMOS AJUDAR A SALVAR TODAS AS VIDAS POSSÍVEIS E PROTEGER OS MAIS EXPOSTOS SOCIALMENTE E OS QUE LUTAM CONTRA O CORONAVÍRUS NA LINHA DE FRENTE".

Antonio Huertas, Presidente da Fundación MAPFRE

Um ambicioso plano de enorme complexidade logística, no qual a Fundación não atuará sozinha. A entidade contará com a colaboração imprescindível de seus 5.000 voluntários na América Latina e a colaboração de 181 entidades, como CESAL, Médicos do Mundo e o Instituto Rede Mulher Empreendedora.

Necessidades básicas

Garantir a alimentação básica e evitar a desnutrição, com foco especial na população infantil, é um dos objetivos mais urgentes e prioritários deste plano. Tu Fundación já começou a distribuir sua Caixa Alimentar Fundación MAPFRE em países como Argentina, Brasil e México. Trata-se de um suplemento nutricional que não necessita refrigeração e permite garantir níveis básicos de nutrientes em crianças menores de 10 anos. Além disso, a caixa se converte em um brinquedo e contém outros materiais educativos para que as crianças brinquem enquanto aprendem.

Outros projetos que visam garantir níveis mínimos de nutrição são uma contribuição de 25.000 cestas básicas ao Banco de Alimentos do México destinadas a famílias carentes e uma iniciativa de distribuição de alimentos entre pequenos agricultores do Peru, incluindo um biscoito fortificado para reduzir a desnutrição infantil. Além disso, serão ministradas capacitações em saúde e nutrição para mães e professoras da região.

Grupos vulneráveis

As mulheres são um grupo particularmente vulnerável neste contexto de emergência. Com níveis precários de inserção profissional, a CEPAL alerta que sua exposição ao desemprego e à privação social é significativamente maior do que a dos homens. Além disso, o confinamento aumentou a carga de trabalho doméstico não-remunerado para as mulheres, bem como a incerteza laboral em profissões como as empregadas domésticas. Um dos projetos da Tu Fundación visa justamente promover a empregabilidade, a formação e o empreendedorismo das mulheres nos países latino-americanos. Cerca de 8.500 brasileiras e 2.700 mexicanas receberão formação em empreendedorismo e ajudas para dar início a seus próprios projetos. O objetivo dessas medidas é capacitar tecnicamente essas mulheres, ao mesmo tempo que lhes dá suporte financeiro para as necessidades básicas de suas famílias. E o mais importante: as ajuda a serem autossuficientes e a construir sua autoestima.

A deficiência é outro segmento com altos níveis de vulnerabilidade. A Fundación MAPFRE tem como um dos objetivos prioritários para 2021 a integração laboral das pessoas com qualquer tipo de deficiência. Colômbia, El Salvador, República Dominicana e outros oito países receberão programas de formação e estágios em empresas, enquadrados em um plano lançado juntamente com a Fundación ONCE na América Latina. Outras iniciativas interessantes neste meio já foram iniciadas no Uruguai, com a realização de uma série de workshops produtivos sobre hortas, culinária e confeitaria. O Uruguai também será destino de uma série de espaços de socialização para crianças e adultos com deficiência. Este projeto visa garantir os direitos dessas pessoas e foi desenvolvido em colaboração com a Asociación Civil Mariposas.

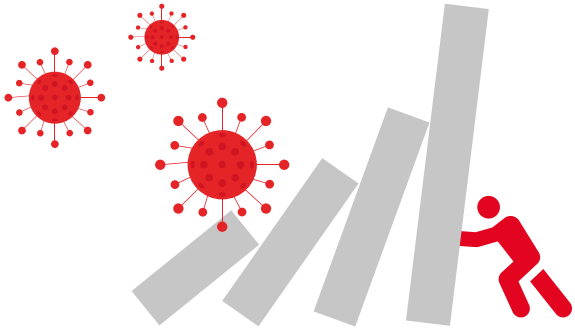
Formação para a empregabilidade

Aumentar a empregabilidade da população com maior dificuldade de acesso ao mercado de trabalho é outro dos pilares do plano. Tu Fundación iniciou projetos em vários países em termos de empregabilidade e digitalização para ajudar na recuperação de suas economias. Projetos como a instalação de pontos de acesso gratuito à internet no Brasil ou a oferta de programas de capacitação em culinária e educação financeira básica para mulheres que montaram pequenos refeitórios populares no Chile. A formação também é protagonista de um projeto de educação em prevenção de catástrofes naturais e autoproteção em higiene sanitária contra a Covid-19 em 35 escolas rurais da Nicarágua.

Equipamentos médicos

A escassez de recursos para enfrentar a pandemia atua como um agravante de outros problemas derivados da mesma. A falta de suprimentos médicos é uma das dificuldades mais urgentes para os países latinos. Para tentar amenizar essa necessidade, a Fundación MAPFRE adquiriu importantes remessas de material médico que serão distribuídos entre os países da região. Honduras, por exemplo, receberá suprimentos médicos no valor de 120.000 mil euros e no principal centro de atendimento hospitalar público do país, o Hospital Escuela, serão instaladas 12 vagas de UTI que permitirão o atendimento de uma média de 150 pacientes por mês. Outros beneficiários dessas ajudas são Costa Rica, Peru, Venezuela e Paraguai, com projetos que vão desde a aquisição de equipamentos de reabilitação para pacientes com sequelas até o fornecimento de medicamentos básicos e materiais de higiene pessoal e sanitário para idosos.

EM NÚMEROS



A ECONOMIA DA REGIÃO **ENCOLHEU 9,1% EM 2020, COM QUEDAS NO PIB DE**

5,3%

E AUMENTO DO DESEMPREGO DE 3,4 PONTOS PERCENTUAIS

SEGUNDO ESTIMATIVAS DA CEPAL, **O ANO DE 2020 TERMINOU COM O PÉSSIMO SALDO DE**

231

MILHÕES DE PESSOAS VIVENDO EM SITUAÇÃO DE POBREZA E OUTRAS

96

MILHÕES EM EXTREMA POBREZA NA AMÉRICA LATINA

TU FUNDACIÓN AMPLIOU EM

10

MILHÕES DE EUROS SUA AJUDA À AMÉRICA LATINA PARA REALIZAR MAIS DE

60 PROJETOS EM 17 PAÍSES

Fundación **MAPFRE**

No hay nada más grande en esta vida que ayudar a los demás

ESCANEA ESTE CÓDIGO Y **DESCUBRE LA HISTORIA**

un**futuro**mas**humano**.fundacionmapfre.org

O MUNDO DA MAPFRE #111

MAPFRE